



# UNIFRANCÉ

Tous les accents de la créativité

BILAN 2021

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

# édito

À l'international, le court-métrage français s'est toujours distingué par son originalité, son audace et son dynamisme. Unifrance lui a toujours prêté une attention particulière tant il est porteur d'expressions artistiques à la fois singulières et plurielles, grâce à un vivier de jeunes cinéastes et de professionnels français particulièrement inventifs et innovants.

Soutenir et promouvoir le court-métrage, c'est offrir la possibilité aux jeunes créatrices et créateurs de tous horizons de s'affirmer et d'exprimer l'étendue de leur talent. C'est aussi accompagner producteurs et distributeurs pour que les œuvres rayonnent hors de nos frontières, aussi bien dans les circuits commerciaux que dans le réseau des festivals du monde entier.

Dans ce contexte, et avec la volonté de valoriser l'implication de l'ensemble des acteurs de la filière, Unifrance mène depuis presque vingt ans une étude annuelle sur la vente des œuvres courtes à l'étranger. Les chiffres record de 2021 – source de revenus non négligeables pour un secteur en mutation constante – sont le reflet de leur belle vitalité hors Hexagone.

Ce travail a été étendu en 2018 aux œuvres immersives, un format court aux contours évolutifs, dont l'exposition internationale est multiple et qui bénéficie de l'expertise des créateurs français et d'un écosystème particulièrement vertueux. Sélectionnée dans les plus grands festivals et diffusée dans des lieux d'exposition mais aussi en ligne, la création immersive française est reconnue dans le monde entier.

Nos remerciements vont aux sociétés de production et de distribution qui ont contribué à cette analyse. Nous souhaitons que ces bilans éclairent notre secteur sur l'exposition internationale de notre création et étayent les stratégies de promotion et de distribution des professionnels français.

**Serge Toubiana**  
Président

**Daniela Elstner**  
Directrice Générale

**Axel Scoffier**  
Secrétaire général



# Sommaire

## 1 L'exportation des courts-métrages français en 2021 .....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 2021 .....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 2021 .....34/39

Les grands indicateurs .....	36
Analyse .....	37
Le palmarès de 2021.....	38-39

## + Réalisation .....40



# 1

## **L'exportation des courts- métrages français en 2021**

# Les grands indicateurs

de l'exportation des courts-métrages français en 2021

**2 925**

Ventes



**769 073 €**

Chiffre d'affaires



**1 153**

Titres vendus



**350+**

Sociétés de production françaises réalisant des ventes



**666**

Acheteurs



**Movistar+**

1<sup>er</sup> acheteur étranger

**L'animation et la fiction**

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

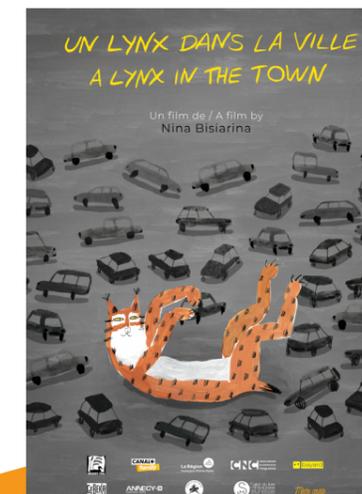
**La vidéo à la demande**

représente plus de 25 %  
du chiffre d'affaires global



**Vanille**

Meilleure performance  
selon le chiffre d'affaires



**Un lynx dans la ville**

Meilleure performance  
selon le nombre de ventes



**Europe occidentale**

Première zone géographique  
281 000 € de chiffre d'affaires



**États-Unis**

Premier pays  
116 000 € de chiffre d'affaires

# Introduction

## L'exportation des courts-métrages français signe de nouveaux records historiques en 2021.

\* **Le chiffre d'affaires et les ventes sont en constante progression depuis 2019 et atteignent cette année les plus hauts niveaux depuis que cette étude est réalisée (2009) :** 769 073 € et près de 3 000 transactions. 10 films comptabilisent plus de 10 000 € de recettes chacun, tandis que 9 totalisent plus de 20 ventes chacun. Proportionnellement, le nombre de transactions augmente davantage que le chiffre d'affaires (+6,5 % contre +8 %) par rapport à 2020, ce qui implique inévitablement une diminution du prix moyen de vente (263 €) qui se révèle certes dans la continuité de celui de l'année précédente, mais, en même temps, un des plus faibles de la décennie. La prise en compte des redevances des droits VOD à compter de 2017, impliquant une forte hausse de transactions affichant de bas montants et déséquilibrant un panorama anciennement dominé par la cession de droits télévisuels, moins nombreux mais plus coûteux, a incontestablement un impact sur cet indicateur. 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 2021, le portrait-robot du court-métrage le plus convoité par les acheteurs étrangers est le suivant :** de durée inférieure à 10', d'animation ou de fiction, produit en des années récentes et en langue française. Les formats courts restent donc les plus recherchés : ils représentent 60,5 % des titres vendus, 67,8 % des ventes totales et 39,9 % du chiffre d'affaires global, et chaque titre génère en moyenne 2,9 ventes. 7 films appartenant à cette catégorie figurent dans le classement des titres les plus vendus (cf. page suivante). Spécificité de 2021, les courts d'une durée supérieure à 25' sont plus nombreux et plus lucratifs que l'année précédente, un envol auquel participe le leader en recettes de l'année, **Vanille**. La fiction et l'animation continuent de se partager la vedette sur la scène internationale. En 2021, la première conforte son leadership en captant la moitié du chiffre d'affaires et des titres recensés, tandis que la seconde marque une année en or en conservant la palme du genre comptabilisant le plus de ventes et affichant le prix moyen par vente (736 €) et le nombre moyen de ventes par titre (3,4) les plus forts parmi les genres analysés.

\* 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 (62,9 %), mais, s'agissant principalement de locations de copies, leur chiffre d'affaires s'élève à 15,4 % seulement du cumul annuel. Selon ce dernier paramètre, les leaders sont les chaînes de télévision (45,5 % des recettes), alors qu'elles ne représentent que 5,3 % du total des acheteurs. **Les plateformes VOD poursuivent leur croissance constante en participant à hauteur de 18 % au chiffre d'affaires annuel, un record historique !** Pour la première fois, 2 plateformes (Netflix et Google) se hissent parmi les 5 plus importants acheteurs étrangers de courts français.

\* **Malgré des investissements légèrement inférieurs par rapport à l'année précédente, l'Europe occidentale confirme son titre de première zone géographique d'exportation des courts-métrages français en 2021.** 6 pays de cette région se hissent parmi les 10 ayant acheté le plus des courts tricolores, de même que 6 acheteurs. Les investissements d'Amérique du Nord repartent à la hausse et atteignent leur meilleur niveau des cinq dernières années. Sans surprise, les États-Unis coiffent le classement des pays étrangers et les investissements dépassent même 100 000 € pour la première fois ! On remarque un intérêt retrouvé du distributeur japonais Pacific Voice et du groupe audiovisuel italien RAI pour les productions hexagonales. Bien que suivant des tracés différents, les acheteurs historiques sont toujours fidèles au rendez-vous, entre autres : Base Court, BeTV, Flix Snip, Interfilm Berlin, ModiBAND, Movistar+, Pacific Voice et Shot TV.

\* **En dépit de la crise sanitaire qui a débuté en 2020 et a mis à mal l'ensemble de la filière, le court-métrage français conserve sa place incontestée sur le marché international grâce à sa diversité, à son offre riche et aux efforts conjugués des distributeurs et producteurs français qui savent s'adapter à des marchés en constante évolution.** Ainsi, il signe une année 2021 qui améliore encore le record de l'année précédente.

### 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 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 2021

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

- Vanille**  
De Guillaume Lorin  
Produit par Folimage et Nadasdy Film (Suisse)  
Animation, 2020, 29'
- Hizia**  
De Chabname Zariâb  
Produit par Punchline Cinéma et Alta Rocca Films  
Fiction, 2020, 19'
- Love Hurts**  
D'Elsa Rysto  
Produit par Yggdrasil Pictures  
Fiction, 2020, 31'
- Notre doctrine**  
De Damien Salama  
Produit par La Fémis  
Fiction, 2020, 30'
- Le Roi David**  
De Lila Pinell  
Produit par Ecce Films  
Fiction, 2021, 42'
- Lovena**  
D'Olivier Sagne  
Produit par Kanopé Films et Bear Team Production  
Fiction, 2020, 28'
- Trois Petits Chats**  
De Benoît Delaunay, Albane Hertault Lacoste,  
Maiwenn Le Borgne et Alexia Provoost  
Produit par Rubika  
Animation, 2012, 5'
- King Max**  
De Adèle Vincenti-Crasson  
Produit par La Fémis  
Fiction, 2021, 20'
- Espoir**  
De Nixon Singa  
Produit par La Fémis  
Fiction, 2021, 19'
- Le Sang de la veine**  
De Martin Jauvat  
Produit par Ecce Films  
Fiction, 2021, 16'

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

- Un lynx dans la ville**  
De Nina Bisiarina  
Produit par Folimage et Nadasdy Film (Suisse)  
Animation, 2019, 7'
- Maestro**  
D'Illogic  
Produit par Bloom Pictures  
Animation, 2019, 1'
- Vanille**  
De Guillaume Lorin  
Produit par Folimage et Nadasdy Film (Suisse)  
Animation, 2020, 29'
- Un caillou dans la chaussure**  
D'Éric Montchaud  
Produit par Xbo Films et Nadasdy Film (Suisse)  
Animation, 2020, 11'
- Le Tigre sans rayures**  
De Raúl Robin Morales Reyes  
Produit par Folimage et Nadasdy Film (Suisse)  
Animation, 2018, 8'
- La Vélo de l'éléphant**  
D'Olesya Shchukina  
Produit par Folimage et La Boîte... Productions (Belgique)  
Animation, 2014, 8'
- Witness**  
De Ali Asgari  
Produit par Salaud Morisset et Taat Films (Iran)  
Fiction, 2020, 14'
- Souvenir Souvenir**  
De Bastien Dubois  
Produit par BLAST production, ARTE France et Pictanovo  
Animation, 2020, 15'
- Empty Places**  
De Geoffroy de Crécy  
Produit par Autour de Minuit  
Animation, 2020, 8'
- Hors piste**  
De Léo Brunel, Loris Cavalier, Camille Jalabert et Oscar Malet  
Produit par l'École des Nouvelles Images  
Animation, 2018, 6'

# Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

en 2021

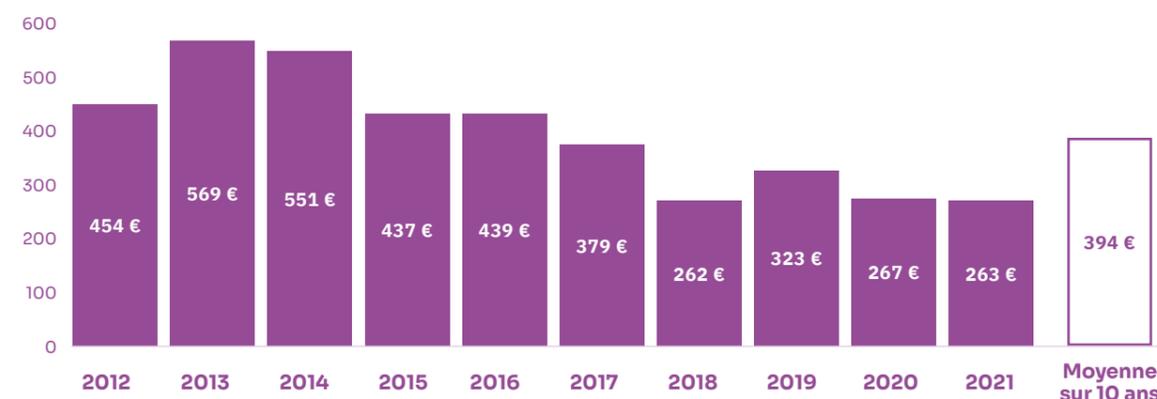
## > selon le chiffre d'affaires



\* L'exportation des courts-métrages français génère un chiffre d'affaires de 769 073 € en 2021. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie, en progression de près de 50 000 € (+6,5 %) par rapport à l'année précédente. Après avoir fluctué entre 2012 et 2018, alternant entre des années supérieures à 600 000 € et d'autres plus faibles aux alentours de 500 000 €, le chiffre d'affaires progresse de manière constante depuis 2019. C'est en 2020 que

le seuil des 700 000 € est franchi et l'année 2021 enregistre un résultat supérieur à 750 000 €, un record historique depuis 2009, année de la première analyse des ventes de films courts français à l'étranger. Le chiffre d'affaires à l'exportation en 2021, porté par 10 films comptabilisant plus de 10 000 € chacun, est de près de 28 % plus élevé que la moyenne calculée à 600 000 € environ sur les dix dernières années.

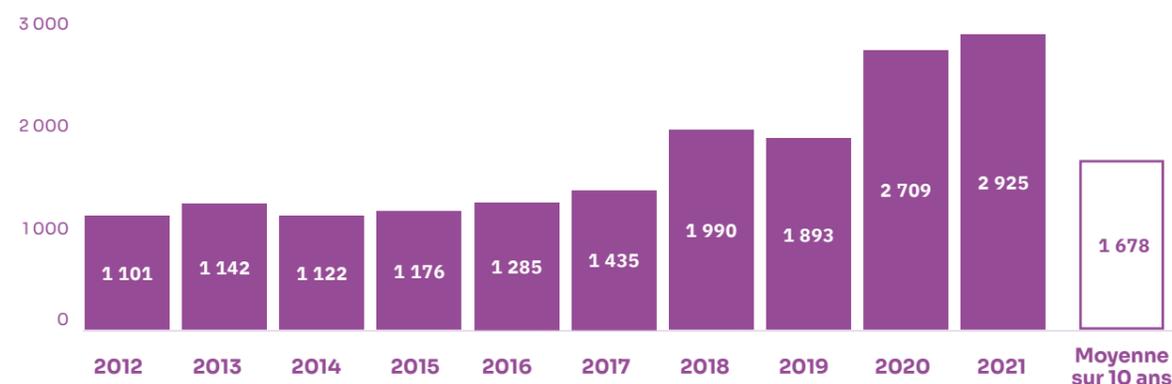
## > selon le prix moyen de vente



\* Le prix moyen de vente des courts-métrages français s'élève à 263 € en 2021. Il s'agit d'un des plus bas niveaux de la décennie (avec 2018 et 2020), et s'inscrit dans la continuité de celui de l'année précédente (-1,4 %). Après avoir dépassé 500 € en 2013 et en 2014, le prix moyen de vente décroît à partir de 2017 pour ne plus atteindre le seuil de 400 €. 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 nombreux mais plus coûteux, a incontestablement un impact sur cet indicateur. Le prix moyen de vente des dix dernières années est de 394 € et se situe justement à mi-chemin entre les cinq premières années (2012-2016) et les cinq suivantes (2017-2021).

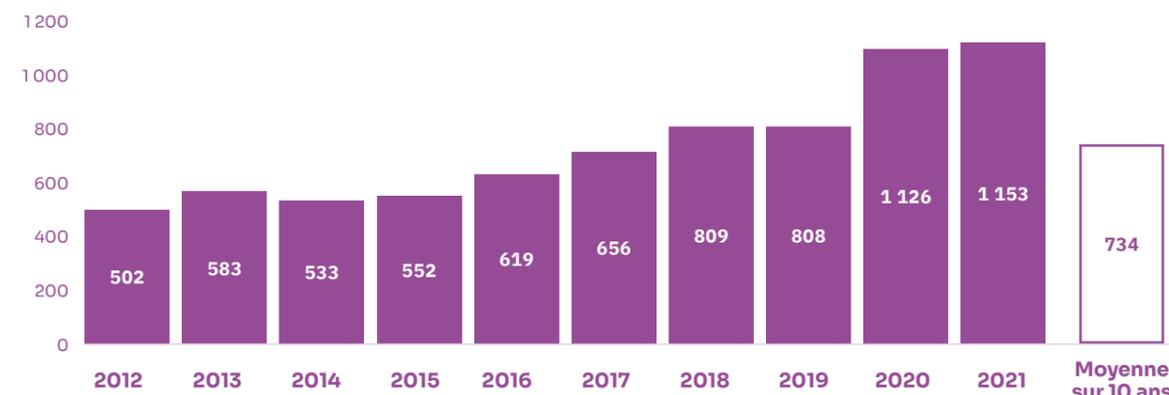
## > selon le nombre de ventes



\* 2 925 ventes de courts-métrages français sont enregistrées à l'international en 2021. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie, en progression de plus de 200 unités (+8 %) 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'un coup d'arrêt marqué en 2019. Le seuil des 2 000 transactions est frôlé en 2018 mais réellement franchi pour la première fois en 2020, et l'année 2021 enregistre un résultat se rapprochant de 3 000, un record depuis 2009. Le nombre de ventes en 2021, porté par 9 films en comptabilisant plus de 20 chacun, est de 62,4 % plus élevé que la moyenne des dix dernières années.

## > selon le nombre de films



\* 1 153 courts-métrages français sont exportés à l'international en 2021. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie, en progression de 27 unités (+2,4 %) par rapport à l'année précédente. Après des années de stabilité aux alentours de 500-550 films entre 2012 et 2015, le volume de titres ne cesse d'augmenter depuis 2016 : il dépasse 600 unités en 2016 et atteint 800 en 2018. Le seuil des 1 000 courts-métrages

exportés est franchi en 2020 et l'année 2021 signe un record historique depuis que cette étude est réalisée (2009), de 419 unités (+57,1 %) plus élevé que la moyenne des dix dernières années, calculée à hauteur de 734. 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.

# Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

## > selon la durée

### L'année 2021

Durée	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
De 1' à 9'59"	180 653 €	23,5 %	1 334	45,6 %	445	38,6 %
De 10' à 14'59"	126 455 €	16,4 %	648	22,2 %	248	21,5 %
De 15' à 19'59"	170 639 €	22,2 %	435	14,9 %	214	18,6 %
De 20' à 24'59"	77 290 €	10,0 %	255	8,7 %	127	11,0 %
De 25' à 29'59"	140 596 €	18,3 %	177	6,1 %	72	6,2 %
Plus de 30'	73 440 €	9,5 %	76	2,6 %	47	4,1 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1 153</b>	<b>100,0 %</b>

\* Les courts-métrages dont la durée est inférieure à 10' sont encore une fois les plus nombreux en volume de titres (38,6 % du total) et de ventes (45,6 %). Ces deux valeurs sont en hausse par rapport à 2020, tandis que le prix moyen baisse à 135 € (149 € en 2020). Cette tendance négative s'explique principalement par le modèle d'acquisition des plateformes VOD comme Google, où les recettes correspondent aux remontées publicitaires. Le chiffre d'affaires global remonte légèrement de 2,7 % 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. 7 films appartenant à cette catégorie figurent dans les deux tops 10 des titres les plus vendus en 2021 (page 9).

\* Les films dont la durée est comprise entre 10' et 14'59" affichent un chiffre d'affaires en baisse de 18 % comparé à celui de 2020. En revanche, le nombre de ventes et de titres exportés est plus élevé, respectivement de 10 % et de 6,4 %, ce qui correspond à un cinquième du total. 2 courts-métrages de cette durée sont présents au sein du top 10 des films ayant généré le plus de transactions : **Un caillou dans la chaussure** et **Witness**.

\* Le chiffre d'affaires des courts entre 15' et 19'59" est le deuxième plus fort de 2021. Il a presque doublé depuis 2019 et est inférieur de seulement 10 000 € 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 %. 4 films de ce groupe se hissent dans les tops 10 (page 9), dont **Hizia** qui comptabilise le deuxième plus important chiffre d'affaires tous films confondus.

\* Les films entre 20' et 24'59" connaissent une année 2021 globalement en baisse. Les recettes chutent de 31,7 % et les nombres de ventes et de titres perdent respectivement 16 et 6 unités en un an. Aucun court-métrage de cette catégorie n'apparaît parmi les plus exportés pendant l'année analysée.

\* Les courts d'une durée supérieure à 25' sont plus nombreux et plus lucratifs que l'année passée. Ils génèrent 73,9 % de chiffre d'affaires de plus en un an, une progression spectaculaire, et ce alors que 9 ventes et 31 titres en moins sont recensés. Parmi les courts-métrages les plus exportés en 2021, 6 durent plus de 25', dont le leader en recettes de l'année, **Vanille**.

\* 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 2,9 ventes, tandis que ceux de plus de 20' se stabilisent autour de 2,1.

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

Durée	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
De 1' à 9'59"	26,1 %	38,0 %	35,9 %	24,4 %	23,5 %	29,6 %
De 10' à 14'59"	25,6 %	19,5 %	18,8 %	21,4 %	16,4 %	20,3 %
De 15' à 19'59"	25,6 %	13,9 %	13,8 %	21,6 %	22,2 %	19,4 %
De 20' à 24'59"	9,9 %	11,5 %	8,4 %	15,7 %	10,0 %	11,1 %
De 25' à 29'59"	6,1 %	8,9 %	16,4 %	13,6 %	18,3 %	12,7 %
Plus de 30'	6,7 %	8,3 %	6,7 %	3,4 %	9,5 %	6,9 %

## > selon le genre

### L'année 2021

Genre	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
Animation	351 742 €	45,7 %	1 642	56,1 %	478	41,5 %
Documentaire	31 402 €	4,1 %	177	6,1 %	83	7,2 %
Expérimental	4 069 €	0,5 %	31	1,1 %	17	1,5 %
Fiction	381 860 €	49,7 %	1 075	36,8 %	575	49,9 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1 153</b>	<b>100,0 %</b>

\* Alors qu'en 2017 l'écart entre les recettes générées par la fiction et l'animation était relativement important, il s'est progressivement réduit jusqu'à marquer un rapprochement en 2018, puis une inversion en 2019, et enfin un retour à la tendance traditionnelle en 2020. L'année 2021 redessine à nouveau les équilibres entre ces deux genres.

\* La fiction conforte son leadership parmi les genres des courts-métrages français les plus exportés en 2021 : elle capte la moitié du chiffre d'affaires et des titres recensés (et 8 parmi les 10 courts-métrages les plus rémunérateurs de l'année). Concernant les recettes, il faut néanmoins constater qu'elles représentent une part du total (49,7 %) moins importante que par le passé, inférieure à 50 % pour la seconde fois depuis 2017 (65,3 %, la plus forte), après 2019 (43,2 %).

\* L'animation marque une année 2021 en or en conservant la palme du genre comptabilisant le plus de ventes (56,1 % du total et 9 des 10 courts les plus vendus de l'année). 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.

\* Le documentaire et l'expérimental restent minoritaires tous indicateurs confondus, mais suivent une évolution différente. Si l'expérimental participe toujours à hauteur de 0,5 % des recettes annuelles, le documentaire perd respectivement 0,1 et 1 point par rapport à 2020 et à 2019, tout en dépassant la moyenne des cinq dernières années et les niveaux de 2017 et de 2018 qui se situaient en deçà de 3 %.

\* Les courts-métrages d'animation affichent le prix moyen par vente (736 €) et le nombre moyen de ventes par titre (3,4) les plus forts parmi les 4 genres ici analysés (664 € et 1,9 pour la fiction, 378 € et 2,1 pour le documentaire, 239 € et 1,8 pour l'expérimental).

\* En ce qui concerne les sous-genres, la comédie conserve son titre de sous-genre le plus rémunérateur, mais, en 2021, seul 1,5 point le sépare 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	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Animation	32,1 %	46,3 %	51,3 %	36,9 %	45,7 %	42,5 %
Documentaire	2,1 %	2,8 %	5,1 %	4,2 %	4,1 %	3,6 %
Expérimental	0,5 %	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %
Fiction	65,3 %	50,4 %	43,2 %	58,4 %	49,7 %	53,4 %

# Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

## > selon l'année de production

### L'année 2021

Année de production	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
	Chiffre d'affaires	%	Ventes	%	Titres	%
2021	133 604 €	17,4 %	165	5,6 %	51	4,4 %
2020	275 365 €	35,8 %	600	20,5 %	169	14,7 %
2019	107 119 €	13,9 %	549	18,8 %	168	14,6 %
2018	42 799 €	5,6 %	398	13,6 %	146	12,7 %
2017	39 526 €	5,1 %	206	7,0 %	97	8,4 %
2001 - 2016	144 944 €	18,8 %	821	28,1 %	436	37,8 %
1970 - 2000	13 450 €	1,7 %	120	4,1 %	48	4,2 %
Avant 1970	12 266 €	1,6 %	66	2,3 %	38	3,3 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1 153</b>	<b>100,0 %</b>

\* Les ventes de courts-métrages en 2021 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 précédant l'étude sont les plus nombreuses et représentent les parts de chiffre d'affaires et de ventes les plus conséquentes.**

\* Les films récents, qui composent 54,7 % de l'échantillon, engendrent 77,8 % des profits et 65,6 % des transactions, alors que les films de catalogue (45,3 %) captent 22,2 % du chiffre d'affaires et 34,4 % des ventes. Ces valeurs sont assez stables par rapport à 2020 et à 2019, 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 (312 € pour les films récents contre 169 € pour ceux de catalogue), tout comme le nombre moyen de transactions par titre (3,0 contre 1,9).

## > selon la langue

### L'année 2021

Langue	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
	Chiffre d'affaires	%	Ventes	%	Titres	%
Français	534 292 €	69,5 %	1 588	54,3 %	760	65,9 %
Étrangère	108 273 €	14,1 %	453	15,5 %	143	12,4 %
Sans dialogues	126 508 €	16,4 %	884	30,2 %	250	21,7 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>1 153</b>	<b>100,0 %</b>

\* **Les productions en langue française sont les plus nombreuses (2 courts-métrages sur 3) et génèrent près de 70 % du chiffre d'affaires et plus de la moitié des ventes en 2021.** 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 100 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 plus 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 **15,2% de l'offre tricolore se compose de films d'écoles.** Bien que leurs parts du total des recettes (14,4 %) et des transactions (16,9 %) soient ténues, elles trouvent une belle place sur la scène internationale : **Esprit, King Max, Notre doctrine et Trois Petits Chats** brillent parmi les films les plus lucratifs à l'export en 2021, tout comme **Hors piste** au sein des courts totalisant le plus de ventes.

## > selon le type d'acheteur

### L'année 2021

Type d'acheteur	Chiffre d'affaires		Ventes		Acheteurs	
	Chiffre d'affaires	%	Ventes	%	Acheteurs	%
Associations	37 049 €	4,8 %	272	9,3 %	72	10,8 %
Chaînes de télévision	350 234 €	45,5 %	291	9,9 %	35	5,3 %
Cinémathèques et salles de cinéma	7 654 €	1,0 %	101	3,5 %	32	4,8 %
Compagnies aériennes	3 247 €	0,4 %	4	0,1 %	3	0,5 %
Distributeurs	43 564 €	5,7 %	115	3,9 %	24	3,6 %
Éditeurs DVD / Blu-Ray	100 €	< 0,1 %	2	0,1 %	2	0,3 %
Festivals internationaux	81 368 €	10,6 %	918	31,4 %	347	52,1 %
Galeries, musées, expositions et universités	9 779 €	1,3 %	87	3,0 %	37	5,6 %
Institutionnels et ambassades	74 444 €	9,7 %	204	7,0 %	21	3,2 %
Plateformes VOD	137 369 €	17,9 %	866	29,6 %	63	9,5 %
Autres	24 266 €	3,2 %	65	2,2 %	30	4,5 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>666</b>	<b>100,0 %</b>

\* **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 (62,9 %) et sont à l'origine de près de 1 200 ventes, principalement des locations de copies. Malgré un tel volume, leur chiffre d'affaires représente seulement 15,4 % du cumul annuel et seule l'espagnole Drac Màgic se hisse parmi les 10 plus gros acheteurs en 2021.

\* **Les distributeurs**, moins nombreux que les chaînes TV, engendrent 5,7 % des recettes, alors qu'ils étaient à l'origine de 19 % du cumul de 2017. Le déclin des investissements du japonais Pacific Voice explique en grande partie la baisse des résultats à l'export pour cette catégorie d'acheteurs.

\* **Les chaînes de télévision demeurent leaders en terme de chiffre d'affaires généré.** Bien qu'elles ne représentent que 5,3 % du total des acheteurs, elles apportent près de la moitié des recettes annuelles à l'exportation des films courts français (45,5 %, en baisse de 12,4 points par rapport à 2020) et 9,9 % des ventes (-6,3 points). En 2021, leurs investissements diminuent encore jusqu'à faire passer leur part sous le seuil de 50 % à l'image de 2019, alors que le prix moyen par vente augmente et se situe à nouveau au-dessus de 1 000 € (1 203 €, +253 € 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), ARD (Allemagne), RAI (Italie), RTS (Suisse) et Shot TV (Russie) figurent parmi les 10 plus gros acheteurs étrangers de courts français en 2021.

\* **Les plateformes VOD poursuivent leur croissance constante en participant à hauteur de 137 369 € au score annuel en 2021, ce qui leur offre une part historique de près de 18 % du total.** Depuis l'inclusion des redevances des droits VOD dans cette étude en 2017, le volume de ventes augmente vertigineusement en passant de 84 transactions en 2017 à 866 en 2021 : elles sont donc 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 (plateforme TVOD), soit sur celle d'un partage de recettes publicitaires (AVOD, modèle de Google avec YouTube). Les états-unien Google et Netflix se font ainsi une place parmi les 10 acheteurs majeurs de courts français en 2021.

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

Type d'acheteur	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Chaînes de télévision	51,2 %	54,1 %	49,7 %	57,9 %	45,5 %	51,7 %
Distributeurs	19,0 %	9,1 %	6,7 %	5,1 %	5,7 %	9,1 %
Festivals internationaux	6,4 %	9,2 %	9,0 %	9,6 %	10,6 %	9,0 %
Plateformes VOD	8,6 %	8,8 %	17,0 %	11,4 %	17,9 %	12,7 %
Autres	14,8 %	18,9 %	17,6 %	16,1 %	3,2 %	14,1 %

# Les résultats de l'export des courts-métrages français

## > selon le type de droit cédé

### L'année 2021

Type de droit cédé	Chiffre d'affaires		Ventes	
<b>Droits combinés</b>	172 190 €	22,4 %	261	8,9 %
> Combiné salles+autres (hors TV)	25 105 €	3,3 %	33	1,1 %
> Combiné TV+autres (hors salles)	110 363 €	14,4 %	126	4,3 %
> Combiné VOD	36 722 €	4,8 %	102	3,5 %
<b>Droits d'exploitation en salles</b>	15 278 €	2,0 %	43	1,5 %
<b>Droits d'exploitation en vidéo</b>	4 805 €	0,6 %	10	0,3 %
<b>Droits d'exploitation en vidéo à la demande</b>	165 258 €	21,5 %	981	33,5 %
> AVOD	4 498 €	0,6 %	13	0,4 %
> Free VOD	20 421 €	2,7 %	82	2,8 %
> SVOD	74 884 €	9,7 %	339	11,6 %
> TVOD	65 455 €	8,5 %	547	18,7 %
<b>Droits de diffusion en Inflight</b>	3 247 €	0,4 %	4	0,1 %
<b>Droits de diffusion télévisuelle</b>	240 178 €	31,2 %	147	5,0 %
<b>Locations de copies</b>	168 118 €	21,9 %	1 479	50,6 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>

\* Les droits de diffusion télévisuelle (seuls) conservent leur leadership en apportant 31,2 % des recettes de l'année, mais on assiste à une constante érosion de leur part de marché : en 2016, elle atteignait 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 a redimensionné leur influence.

\* Les droits combinés sont la deuxième source de revenus sur l'exercice 2021. 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. Ils sont à l'origine de presque un quart du chiffre d'affaires annuel à partir de seulement 8,9 % de transactions.

\* Après des années de hausse fulgurante, les droits d'exploitation en vidéo à la demande se stabilisent et génèrent 21,5 % des recettes. 0,6 % des gains viennent des revenus publicitaires, tandis que les achats de droits SVOD et TVOD représentent respectivement 9,7 % et 8,5 % des apports de cette catégorie.

\* On constate en 2021 une forte hausse du chiffre d'affaires des locations de copies par rapport à 2020 (+53,7 %) et un nombre de ventes également supérieur (+15,9 %). La reprise des festivals après la crise sanitaire est certainement à l'origine de cette croissance.

\* Les droits d'exploitation en salles ont diminué de moitié par rapport à l'exercice 2020. Le prix moyen sur l'année étudiée fléchit (355 €) après le chiffre très haut de 2020 (508 €) et se positionne presque à son niveau le plus bas atteint en 2019 (309 €). Les longs mois de fermeture des cinémas en raison de la pandémie de Covid-19 sont un élément de réponse indéniable à cette flexion.

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

Type de droit cédé	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Droits d'exploitation en salles, combinés salles + autres (hors TV) et locations de copies	19,5 %	26,9 %	22,9 %	21,5 %	27,1 %	23,6 %
Droits d'exploitation en vidéo à la demande et combinés VOD	10,9 %	11,8 %	20,4 %	21,9 %	26,3 %	18,3 %
Droits de diffusion télévisuelle et combinés TV + autres (hors salles)	62,9 %	54,4 %	51,8 %	52,4 %	45,6 %	53,4 %
Autres	6,7 %	6,9 %	4,9 %	4,2 %	1,0 %	4,7 %

## > selon la zone géographique

### L'année 2021

Zone géographique	Chiffre d'affaires		Ventes	
Afrique et Proche & Moyen-Orient	8 763 €	1,1 %	100	3,4 %
Amérique du Nord	131 692 €	17,1 %	705	24,1 %
Amérique latine	4 498 €	0,6 %	49	1,7 %
Asie	44 550 €	5,8 %	179	6,1 %
Europe centrale et orientale	48 115 €	6,3 %	344	11,8 %
Europe occidentale	281 421 €	36,6 %	1 209	41,3 %
Océanie	10 773 €	1,4 %	87	3,0 %
Acheteurs français*	239 262 €	31,1 %	252	8,6 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>

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

\* L'Europe occidentale confirme son titre de première zone géographique d'exportation des courts-métrages français en 2021. Si on comptabilise 56 ventes de plus par rapport à 2020, le chiffre d'affaires, lui, diminue sensiblement de 15 000 € environ et de 5,3 %. Sa part de 36,6 % du cumul annuel est la plus faible des cinq dernières années, inférieure au seuil de 40 % illustré par la moyenne sur la période. 6 pays de cette région (dans l'ordre : Espagne, Allemagne, Italie, Royaume-Uni, Belgique et Suisse) se hissent parmi les 10 ayant acheté le plus des courts tricolores, de même que 6 acheteurs (Movistar+, ARD, RAI, Danish Film Institut, RTS et Drac Màgic).

\* Après une inversion de tendance en 2020, les investissements des acheteurs d'Amérique du Nord repartent à la hausse (+29,7 % en un an) et atteignent leur meilleur niveau des cinq dernières années (17,1 %) en s'alignant sur 2019. Ce même constat s'applique à deux autres zones géographiques : l'Océanie (les recettes sont multipliées par 5 en l'espace d'un an) et l'Afrique et Proche & Moyen-Orient (+36,2 %).

\* Malgré de sensibles fluctuations, les chiffres d'affaires générés en Amérique latine et en Europe centrale et orientale s'inscrivent dans la lignée de ceux comptabilisés en 2020. Leurs parts respectives sont certes redimensionnées si comparées à celles de 2019 et de 2020, mais, en même temps, elles affichent des indices supérieurs à 2017 et à 2018.

\* Les investissements effectués par les acheteurs basés en Asie repartent à la hausse en plus de doubler en un an. 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 semble pourtant annoncer le début d'un renversement de la situation.

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

Zone géographique	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Afrique et Proche & Moyen-Orient	0,2 %	0,1 %	0,7 %	0,9 %	1,1 %	0,6 %
Amérique du Nord	13,7 %	13,7 %	17,0 %	14,1 %	17,1 %	15,1 %
Amérique latine	0,4 %	0,3 %	0,7 %	0,7 %	0,6 %	0,5 %
Asie	16,7 %	5,7 %	2,5 %	2,3 %	5,8 %	6,6 %
Europe centrale et orientale	3,0 %	4,7 %	7,2 %	6,6 %	6,3 %	5,5 %
Europe occidentale	37,7 %	39,1 %	46,8 %	41,1 %	36,6 %	40,3 %
Océanie	0,2 %	0,2 %	0,6 %	0,3 %	1,4 %	0,5 %
Acheteurs français*	28,3 %	36,1 %	24,6 %	34,1 %	31,1 %	30,8 %

\* 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 2021

Rg	Pays	Chiffre d'affaires		Ventes		Rg	Acheteur	Pays d'origine	Chiffre d'affaires	Ventes
1	États-Unis	116 466 €	15,1 %	561	19,2 %	1	Movistar +	Espagne	6,9 %	25 0,9 %
2	Espagne	81 696 €	10,6 %	186	6,4 %	2	Netflix	États-Unis	4,2 %	1 < 0,1 %
3	Allemagne	56 198 €	7,3 %	232	7,9 %	3	ARD	Allemagne	3,7 %	1 < 0,1 %
4	Italie	26 756 €	3,5 %	108	3,7 %	4	Google	États-Unis	2,8 %	27 0,9 %
5	Royaume-Uni	26 675 €	3,5 %	157	5,4 %	5	RAI	Italie	1,8 %	1 < 0,1 %
6	Belgique	23 709 €	3,1 %	123	4,2 %	6	Danish Film Institute	Danemark	1,4 %	9 0,3 %
7	Suisse	21 290 €	2,8 %	152	5,2 %	7	Fubon Cultural & Educational Foundation	Taiwan	1,2 %	6 0,2 %
8	Japon	16 145 €	2,1 %	21	0,7 %	8	RTS	Suisse	1,2 %	4 0,1 %
9	Canada	15 226 €	2,0 %	144	4,9 %	9	Drac Mágic	Espagne	1,1 %	12 0,4 %
10	Taiwan	14 654 €	1,9 %	58	2,0 %	10	Shot TV	Russie	1,1 %	44 1,5 %
11	Pologne	14 287 €	1,9 %	65	2,2 %	11	WeShort	Italie	1,1 %	45 1,5 %
12	Danemark	13 302 €	1,7 %	17	0,6 %	12	ModiBAND	Espagne	1,0 %	28 1,0 %
13	Russie	13 242 €	1,7 %	92	3,1 %	13	BeTV	Belgique	1,0 %	13 0,4 %
14	République tchèque	12 440 €	1,6 %	60	2,1 %	14	NQV Media	Royaume-Uni	1,0 %	22 0,8 %
15	Australie	10 373 €	1,3 %	86	2,9 %	15	Riskit	Japon	0,8 %	2 0,1 %
16	Corée du Sud	8 842 €	1,1 %	38	1,3 %	16	Pacific Voice	Japon	0,8 %	6 0,2 %
17	Suède	8 213 €	1,1 %	41	1,4 %	17	HBO Europe	République tchèque	0,7 %	7 0,2 %
18	Pays-Bas	5 498 €	0,7 %	53	1,8 %	18	Vuma TV	États-Unis	0,7 %	3 0,1 %
19	Portugal	4 495 €	0,6 %	50	1,7 %	19	New Europe Film Sales	Pologne	0,7 %	7 0,2 %
20	Autriche	3 986 €	0,5 %	35	1,2 %	20	EBS	Corée du Sud	0,7 %	4 0,1 %
21	Finlande	3 154 €	0,4 %	11	0,4 %	21	Interfilm Berlin	Allemagne	0,7 %	20 0,7 %
22	Norvège	3 110 €	0,4 %	13	0,4 %	22	Base Court	Suisse	0,6 %	60 2,1 %
23	Chine	2 819 €	0,4 %	47	1,6 %	23	Jef	Belgique	0,6 %	6 0,2 %
24	Brésil	2 179 €	0,3 %	24	0,8 %	24	MUBI	Royaume-Uni	0,5 %	5 0,2 %
25	Israël	1 886 €	0,2 %	16	0,5 %	25	Dust Studios	États-Unis	0,5 %	6 0,2 %
26	Afrique du Sud	1 736 €	0,2 %	28	1,0 %	26	Argo	États-Unis	0,5 %	11 0,4 %
27	Turquie	1 630 €	0,2 %	14	0,5 %	27	Flix Snip	Russie	0,5 %	37 1,3 %
28	Égypte	1 607 €	0,2 %	1	< 0,1 %	28	SBS	Australie	0,5 %	9 0,3 %
29	Croatie	1 407 €	0,2 %	19	0,6 %	29	RTBF	Belgique	0,5 %	6 0,2 %
30	Hong Kong	1 244 €	0,2 %	9	0,3 %	30	Vimeo	États-Unis	0,5 %	172 5,9 %
<b>Total du top 30</b>		<b>514 264 €</b>	<b>66,9 %</b>	<b>2 461</b>	<b>84,1 %</b>	<b>Total du top 30</b>			<b>39,3 %</b>	<b>599 20,5 %</b>
<b>Autres pays étrangers (37)</b>		<b>15 233 €</b>	<b>2,0 %</b>	<b>212</b>	<b>7,2 %</b>	<b>Autres acheteurs étrangers (594)</b>			<b>29,6 %</b>	<b>2 074 70,9 %</b>
<b>France (pour export)*</b>		<b>239 576 €</b>	<b>31,2 %</b>	<b>252</b>	<b>8,6 %</b>	<b>Acheteurs français* (42)</b>			<b>31,2 %</b>	<b>252 8,6 %</b>
<b>Total</b>		<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>	<b>Total</b>			<b>100,0 %</b>	<b>2 925 100,0 %</b>

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

\* 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 nations s'alternent au sommet : le Royaume-Uni (2018 et 2020) et les États-Unis (2019 et 2021).

\* **Le chiffre d'affaires généré aux États-Unis ne cesse d'augmenter (il a plus que doublé en cinq ans !) et dépasse le seuil de 100 000 € pour la première fois en 2021 !** Cet exploit est porté principalement par les plateformes Netflix et Google. Le premier occupe la deuxième place des acheteurs étrangers grâce à une seule vente, tandis que le deuxième tire profit du partage de recettes publicitaires (AVOD) de YouTube pour accéder à la quatrième place. On remarque néanmoins l'absence au classement de Criterion, GKIDS et HBO qui s'illustraient par le passé.

\* **Important protagoniste des dernières années, le Royaume-Uni ne représente plus que 3,5 % du chiffre d'affaires annuel et 5,4 % du total des ventes, alors que ces mêmes indicateurs en 2020 étaient de 15,4 % et de 7,4 %.** Cette chute (-76 % de recettes) s'explique par la baisse drastique des investissements de la part de Shorts International, plus gros acheteur de courts-métrages français entre 2018 et 2020, qui conclut 8 fois moins de transactions qu'en 2020 pour des montants largement inférieurs au passé.

\* **Le Japon et l'Italie sont les deux pays affichant les évolutions les plus spectaculaires.** Ils investissent en 2021 plus de 6 fois plus dans l'achat de courts hexagonaux, grâce notamment à l'intérêt retrouvé du distributeur nippon Pacific Voice, leader en 2017, et du groupe audiovisuel public italien RAI. La plateforme transalpine WeShort offre aux passionnés de courts la possibilité de découvrir le meilleur des films d'auteurs. Notons que cette plateforme locale, lors de sa première apparition au sein du classement des acheteurs, manque de très peu le top 10. La République tchèque, la Suisse et Taiwan suivent cette même mouvance.

\* En ce qui concerne plus spécifiquement l'Asie, il faut rappeler que l'exportation de courts français dans la région est durement impactée par la « disparition » soudaine 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, avec Riskit, on ne peut en dire autant pour l'autre acheteur.

\* Les chiffres d'affaires générés en Espagne (+69 %) et en Allemagne (+30,9 %) sont également en hausse si comparés à 2020. Leurs deux plus forts ambassadeurs figurent sur le podium des acheteurs étrangers en 2021 : Movistar+, qui remporte près de 3 points de parts de marché supplémentaires et s'impose comme le nouveau leader, et ARD, porté par une seule vente conséquente. Bien que suivant des tracés différents, les acheteurs historiques de courts-métrages français sont toujours fidèles au rendez-vous. Citons entre autres : Base Court, BeTV, Flix Snip, Interfilm Berlin, ModiBAND, Movistar+, Pacific Voice et Shot TV.

\* À l'image des années précédentes, en 2021, 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 252 transactions, ils apportent néanmoins près d'un tiers du chiffre d'affaires annuel.

## > selon le territoire cédé

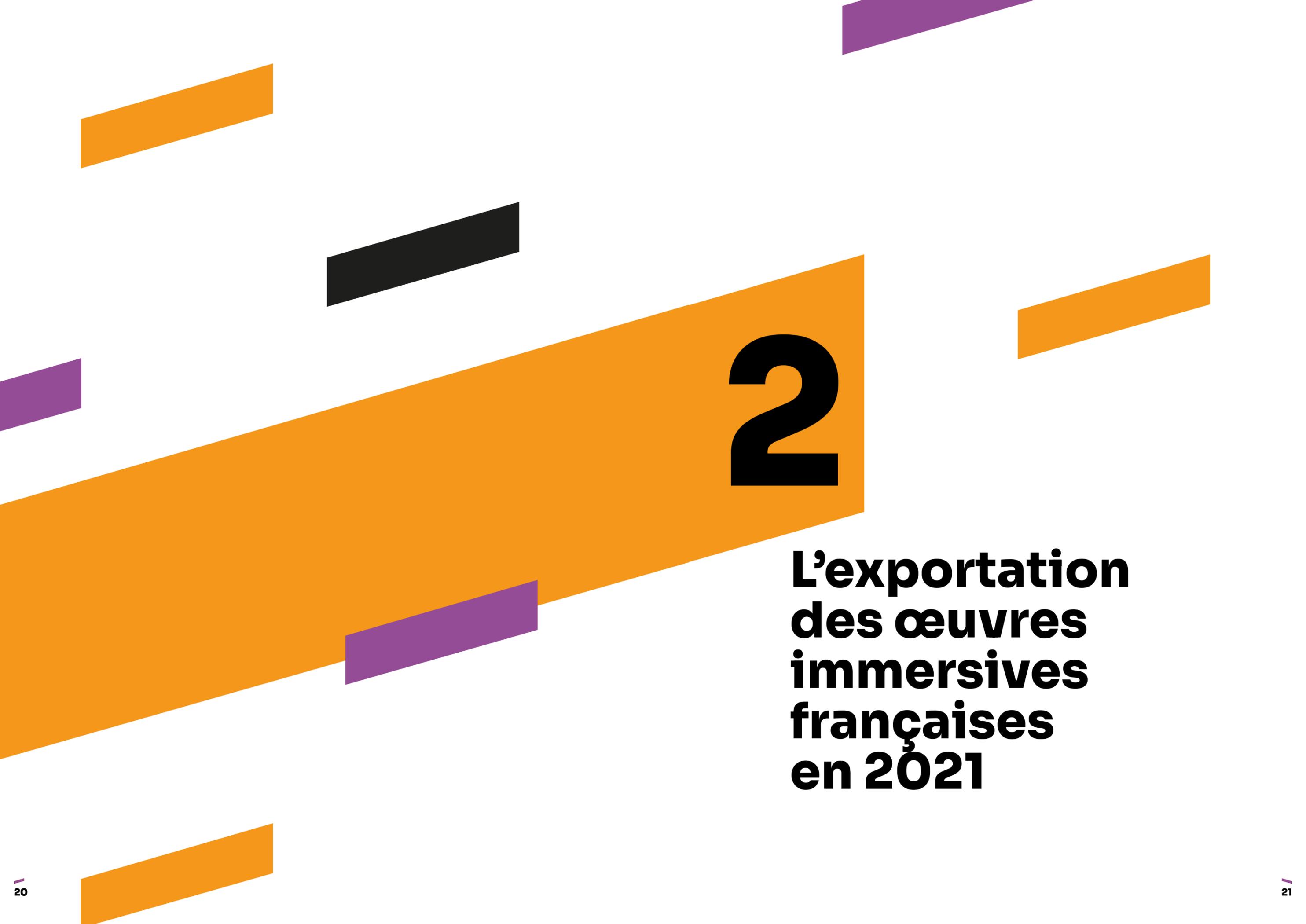
### L'année 2021

Territoire cédé	Chiffre d'affaires		Ventes	
Monde	102 333 €	13,3 %	480	16,4 %
Multi-territoires	25 246 €	3,3 %	105	3,6 %
Un territoire	401 918 €	52,3 %	2 088	71,4 %
Territoires cédés aux acheteurs français*	239 576 €	31,2 %	252	8,6 %
<b>Total</b>	<b>769 073 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 925</b>	<b>100,0 %</b>

\* 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 dérivé de la cession de droits « monde » en 2021,** quand, pour la première fois, il dépasse 100 000 € en progressant de 22,4 % 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 plus de la moitié du chiffre d'affaires et près de trois quarts des transactions annuelles.



# 2

## **L'exportation des œuvres immersives françaises en 2021**

# Les grands indicateurs

de l'exportation des œuvres immersives françaises en 2021

266

Ventes



1 107 641 €

Chiffre d'affaires



41

Titres vendus



14

Sociétés de production françaises réalisant des ventes



115

Acheteurs



Oculus

1<sup>er</sup> acheteur étranger

## L'animation

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

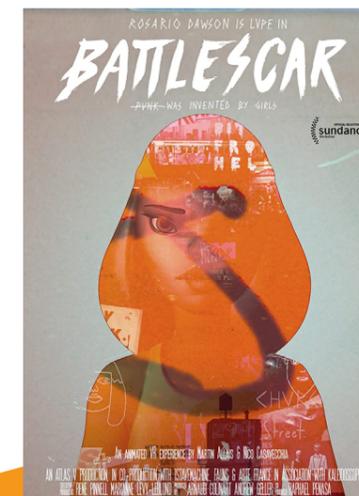
## Les plateformes

génèrent 36 % du chiffre d'affaires global



### Gloomly Eyes

Meilleure performance selon le chiffre d'affaires et le nombre de ventes



### BattleScar

2<sup>e</sup> meilleure performance selon le chiffre d'affaires et le nombre de ventes



### Amérique du Nord

Première zone géographique  
636 000 € de chiffre d'affaires



### États-Unis

Premier pays  
624 000 € de chiffre d'affaires

# Introduction

## L'exportation des œuvres immersives françaises signe des nouveaux records historiques en 2021.

\* **Le chiffre d'affaires et les ventes sont en constante progression et atteignent cette année les plus hauts niveaux depuis que cette étude est réalisée (2017) : 1,1 M€ et 266 transactions.** 2 titres comptabilisent plus de 100 000 € de recettes chacun, tandis que 3 totalisent plus de 20 ventes chacun. Proportionnellement, le nombre de transactions augmente davantage que le chiffre d'affaires (+105,6 % contre +127,4 %) par rapport à 2020, ce qui implique inévitablement une diminution du prix moyen de vente (4 164 €) qui se révèle à la fois inférieur par rapport à celui de l'année précédente, mais, en même temps, le deuxième plus fort des cinq dernières années. L'essor des plateformes et la plus large place occupée par la cession de droits VOD et les locations de copies, au montant moins élevés que les autres types de droits, a incontestablement un impact sur cet indicateur. Enfin, il faut préciser que 41 œuvres immersives font l'objet d'une vente à l'international en 2021, soit trois fois plus qu'en 2017.

\* **Sur la base des résultats des ventes déclarées pour l'année 2021, le portrait-robot de l'œuvre immersive la plus convoitée par les acheteurs étrangers est le suivant :** œuvre d'animation, produite en des années récentes 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 : à l'image de 2019, l'animation remporte une fois de plus le leadership en 2021 et affiche une progression vertigineuse de ses indicateurs en un an. Le documentaire conforte sa deuxième place, tandis que la fiction est le seul genre générant un volume de recettes moindre qu'en 2020. Étant une expression née en des temps récents, l'œuvre immersive tricolore ne peut pas compter sur un large catalogue de titres, d'où une solide présence à l'export de productions finalisées pendant les cinq dernières années. Les œuvres immersives sont rarement sous-titrées et plus souvent doublées : cela explique la forte présence de titres en langue étrangère afin de faciliter l'exportation et la diffusion des contenus immersifs français.

\* 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 (64,3 %), mais, s'agissant principalement de locations de copies, leur chiffre d'affaires s'élève à 8,2 % seulement du cumul annuel. Selon ce dernier paramètre, les leaders sont les plateformes (36 % des recettes), alors qu'elles ne représentent que 6,1 % du total

des acheteurs. **Absentes de la première étude (2017), les plateformes n'ont pas arrêté de gagner du terrain et s'illustrent, 4 ans après, comme les acheteurs incontournables des œuvres tricolores à l'international.** En 2021, leurs investissements sont multipliés par 3 en un an ! Sans surprise, le premier acheteur étranger d'œuvres immersives françaises est une plateforme, l'états-unienne Oculus, à qui l'on doit 27,5 % du chiffre d'affaires annuel.

\* **L'Amérique du Nord devient la première zone géographique d'exportation des œuvres immersives françaises en 2021.** Elle concentre plus de la moitié des recettes annuelles (un record) et la progression par rapport à 2020 est impressionnante : le chiffre d'affaires et le nombre de ventes sont multipliés par 4 ! 6 des 10 acheteurs ayant le plus investi dans l'achat de titres hexagonaux sont basés dans cette région, et les États-Unis (624 337 €) se hissent au sommet du classement des pays selon les recettes pour la deuxième année consécutive. L'Asie descend à la deuxième place malgré des investissements et des transactions en hausse. L'apparition de nouveaux acheteurs forts basés sur d'autres continents impacte l'Europe occidentale, dont le chiffre d'affaires se réduit de 14,3 % par rapport à 2020 malgré des ventes multipliées par 1,5. Le Royaume-Uni crée la surprise grâce à une vente à NCCS Operations, les Pays-Bas font leur grand retour dans la course et 3D Content Hub permet à l'Australie de s'illustrer, tandis que la Belgique, le Canada, la Corée du Sud et Taïwan confortent leur statut de marchés-clés de l'exportation des œuvres immersives françaises.

\* **Malgré une année 2020 difficile à cause de la crise sanitaire, l'année 2021 se révèle plus structurée et dynamique pour les œuvres immersives françaises à l'international.** La reprise des festivals en présentiel et des installations LBE, la croissance du nombre de distributeurs étroitement liée à la structuration du marché et l'augmentation générale des investissements effectués par les acheteurs internationaux caractérisent l'année étudiée. Seules 14 sociétés ont déclaré leurs ventes effectuées en 2021 (-3 par rapport à 2020), les distributeurs sont peu nombreux et beaucoup d'œuvres sont encore distribuées directement par leur producteur. Pour autant, le secteur a vu apparaître cette année un nouvel acteur qui contribue à structurer un marché en construction. Ainsi, si tous les indicateurs sont au vert, la réalité et les contours de ce marché de niche restent à nuancer.

\* Les ventes auprès de certains acheteurs français opérant à l'international sont recensées et intégrées aux résultats. Elles concernent certes des transactions conclues avec de sociétés basées en France, mais ces dernières n'en demeurent pas moins un vecteur incontournable de la diffusion des films en réalité virtuelle (VR) hors Hexagone. En 2022, 14 sociétés ont répondu à notre demande de participation à cette étude.

## 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 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, les ventes auprès d'acteurs institutionnels à l'étranger et les redevances des droits sont prises en compte.

# Les œuvres immersives françaises les plus exportées

## en 2021

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

**Gloomy Eyes**  
1 De Fernando Maldonado et Jorge Tereso  
Produit par Atlas V  
Animation, 2019, 24'

**BattleScar**  
2 De Martin Allais et Nico Casavecchia  
Produit par Atlas V  
Animation, 2018, 30'

**Ayahuasca (Kosmik Journey)**  
3 De Jan Kounen  
Produit par Atlas V  
Animation, 2019, 18'

**Vestige**  
4 De Aaron Bradbury  
Produit par Atlas V  
Documentaire, 2018, 11'

**Jailbirds – Bwa Kayiman**  
5 De Thomas Villepoux  
Produit par Digital Rise  
Animation, 2021, 9'

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

**Note on Blindness: Into Darkness**  
7 De James Spinney et Peter Middleton  
Produit par Agat Films – Ex Nihilo  
Documentaire, 2016, 7'

**Madrid Noir**  
8 De James A. Castillo  
Produit par Atlas V  
Animation, 2021, 42'

**The Dawn of Art**  
9 De Pierre Zandrowicz  
Produit par Atlas V  
Documentaire, 2019, 10'

**Far Reach**  
10 De Jonathan Astruc  
Produit par BlackLight  
Animation, 2017, 3'

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

**Gloomy Eyes**  
1 De Fernando Maldonado et Jorge Tereso  
Produit par Atlas V  
Animation, 2019, 24'

**Ayahuasca (Kosmik Journey)**  
2 De Jan Kounen  
Produit par Atlas V  
Animation, 2019, 18'

**BattleScar**  
3 De Martin Allais et Nico Casavecchia  
Produit par Atlas V  
Animation, 2018, 30'

**Odyssey 1.4.9**  
4 De François Vautier  
Produit par Da Prod  
Animation, 2019, 8'

**Recoding Entropia**  
5 De François Vautier  
Produit par Da Prod  
Animation, 2020, 7'

**-22.7°C**  
6 De Jan Kounen, Molécule et Amaury La Burthe  
Produit par Zorba Production  
Documentaire, 2019, 10'

**The Real Thing**  
7 De Benoît Felici et Mathias Chelebourg  
Produit par DVgroup et Artline Films  
Documentaire, 2018, 16'

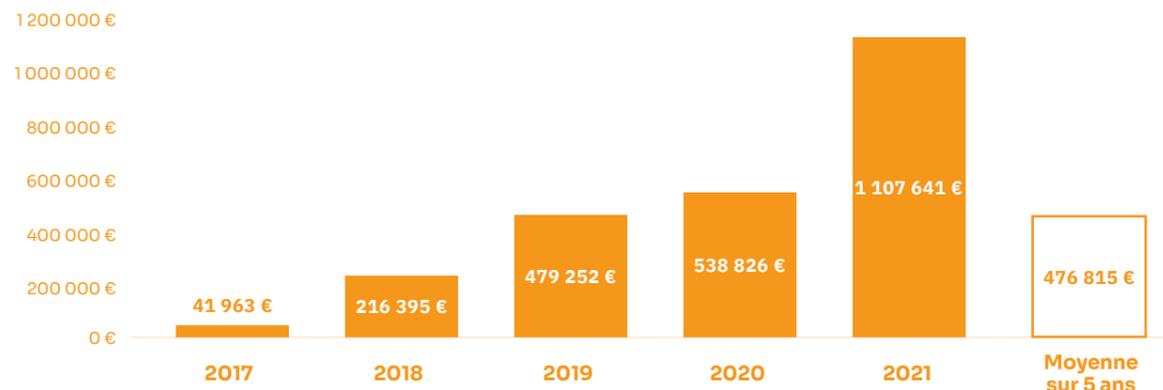
**The Dawn of Art**  
8 De Pierre Zandrowicz  
Produit par Atlas V  
Documentaire, 2019, 10'

**Missing Pictures: Birds of Prey**  
9 De Clément Deneux  
Produit par Atlas V  
Documentaire, 2021, 10'

**Note on Blindness: Into Darkness**  
10 De James Spinney et Peter Middleton  
Produit par Agat Films – Ex Nihilo  
Documentaire, 2016, 7'

# Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises en 2021

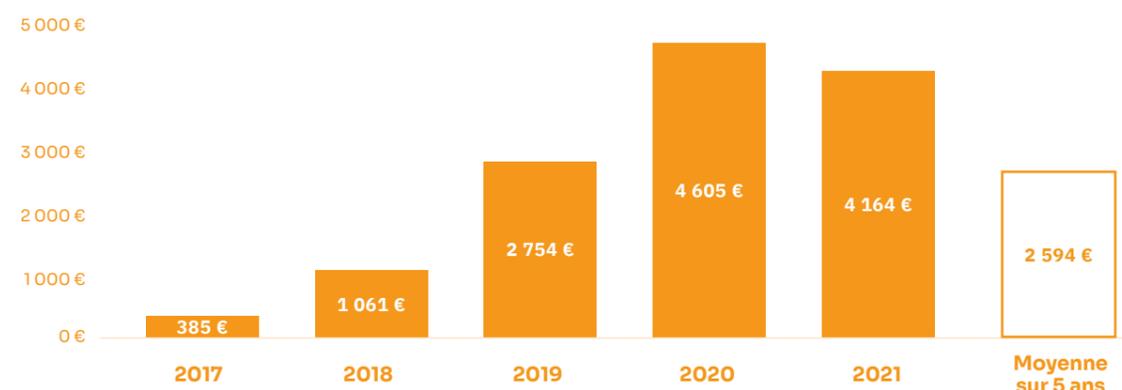
## > selon le chiffre d'affaires



\* L'exportation des œuvres immersives françaises génère un chiffre d'affaires de 1,1 M€ en 2021. Il s'agit du plus haut niveau depuis que cette étude est réalisée, en progression de près de 570 000 € (+105,6 %) par rapport à l'année précédente. Le chiffre d'affaires n'a cessé d'augmenter depuis 2017 et de doubler d'une année à l'autre, à l'exception d'une phase de stagnation entre 2019 et 2020. C'est en 2020 que le seuil des

500 000 € est franchi, tandis que celui de 1 M€ l'est en 2021, un record historique depuis 2017, année de la première analyse des ventes des œuvres immersives françaises à l'étranger. Le chiffre d'affaires à l'exportation en 2021, porté par 2 titres comptabilisant plus de 100 000 € chacun, est près de trois fois plus élevé que la moyenne calculée à 476 000 € environ sur les cinq dernières années.

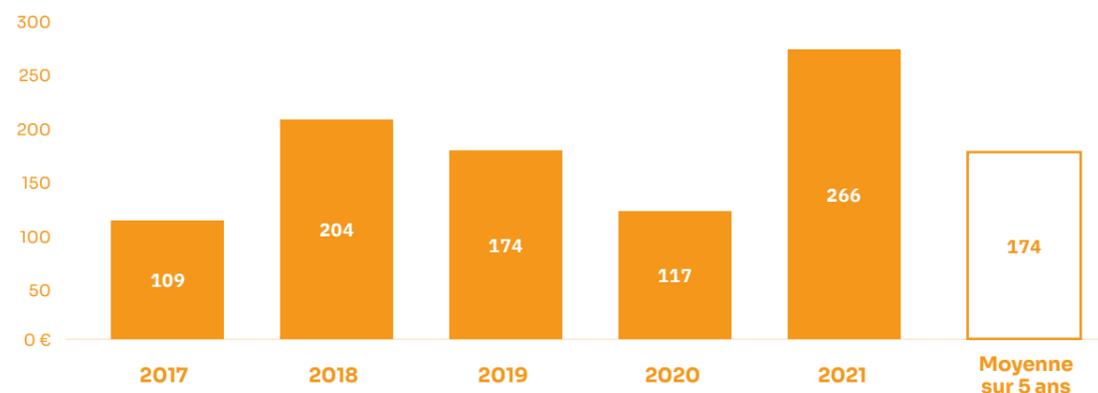
## > selon le prix moyen de vente



\* Le prix moyen de vente des œuvres immersives françaises s'élève à 4 164 € en 2021. Il s'agit du deuxième plus haut niveau des cinq dernières années (après 2020), mais se révèle en baisse par rapport à l'année précédente (-9,6 %). Après avoir dépassé 1 000 € en 2018 puis 2 000 € en 2019, le prix moyen de vente signe un record en 2020 en se rapprochant des 5 000 €. Cette croissance constante est interrompue en 2021,

même si ce score reste satisfaisant car largement supérieur (+60,5 %) à la moyenne calculée depuis 2017 (2 594 €). La flexion constatée en 2021 peut être expliquée par le fait que le nombre de ventes progresse proportionnellement davantage que le chiffre d'affaires (+127,4 % contre +105,6 %).

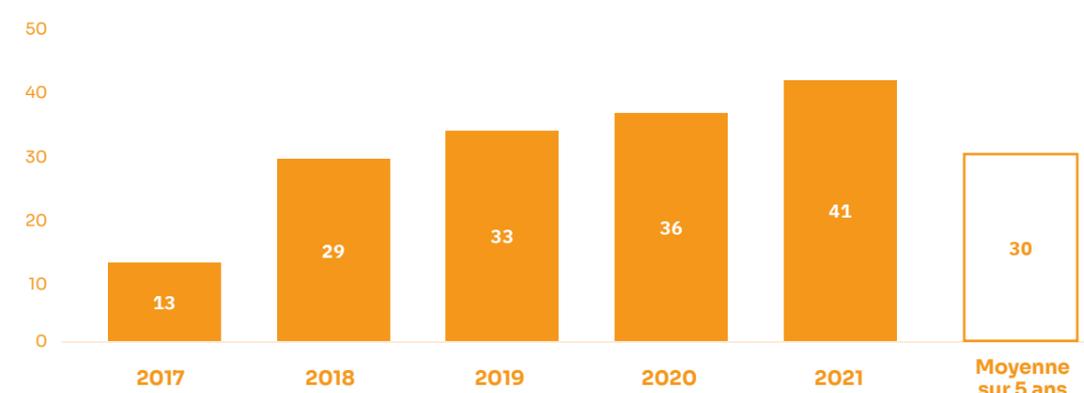
## > selon le nombre de ventes



\* 266 ventes d'œuvres immersives françaises sont enregistrées à l'international en 2021. Il s'agit du plus haut niveau depuis que cette étude est réalisée, en progression de près de 150 unités (+127,4 %) par rapport à l'année précédente. Après avoir presque doublé en 2018, les transactions n'ont cessé de diminuer depuis 2019, mais cette tendance s'inverse pendant l'année analysée. Après 2018, le seuil des 200 transactions est

franchi pour la deuxième fois en 2021 (266) et on enregistre même un record historique depuis 2017, année de la première analyse des ventes des œuvres immersives françaises à l'étranger. Le nombre de ventes en 2021, porté par 3 titres en comptabilisant plus de 20 chacun, est de 52,8 % plus élevé que la moyenne des cinq dernières années.

## > selon le nombre d'œuvres



\* 41 œuvres immersives françaises sont exportées à l'international en 2021. Il s'agit du plus haut niveau des cinq dernières années, en progression de 5 unités (+13,9 %) par rapport à l'année précédente. Cet indicateur ne cesse d'augmenter depuis 2017, d'abord avec une forte évolution en 2018 suivie par une progression constante : il dépasse 30 unités dès l'année 2019. Le seuil des 40 titres exportés est franchi en

2021, signant ainsi un record historique depuis que cette étude est réalisée (2017), de 11 unités et de 36,7 % plus élevé que la moyenne des cinq dernières années, calculée à hauteur de 30. 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 2021

Genre	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
Animation	714 654 €	64,5 %	163	61,3 %	20	48,8 %
Documentaire	244 614 €	22,1 %	83	31,2 %	13	31,7 %
Expérimental	21 012 €	1,9 %	5	1,9 %	2	4,9 %
Fiction	127 361 €	11,5 %	15	5,6 %	6	14,6 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>	<b>41</b>	<b>100,0 %</b>

\* La répartition du chiffre d'affaires annuel a toujours mis en avant un genre qui apportait à lui seul plus de 50 % du total : la fiction en 2017, le documentaire en 2018, l'animation en 2019. L'année 2020 détonne, car un certain équilibre vient se créer entre ces 3 genres, séparés entre eux par une dizaine de points. Ce changement est de courte durée, l'année 2021 marque un retour à la tendance constatée entre 2017 et 2019 et hisse l'animation en tête pour la troisième année consécutive.

\* L'animation conserve son leadership parmi les genres des œuvres immersives françaises les plus exportées en 2021 : elle capte plus de 60 % du chiffre d'affaires et des ventes recensés, et la moitié de l'offre d'œuvres. La part des recettes générées par l'animation a beaucoup fluctué pendant les cinq années étudiées. Après avoir joué un rôle mineur en 2017 et en 2018, le genre connaît son année de gloire en 2019 et depuis s'illustre au sommet. La progression par rapport à 2020 est vertigineuse : le chiffre d'affaires, les transactions et les œuvres sont multipliés respectivement par 3,4, 3,3 et 1,8. Les 3 œuvres immersives hexagonales les plus exportées de 2021, **Gloomy Eyes**, **BattleScar** et **Ayahuasca (Kosmik Journey)**, appartiennent à ce genre.

\* Le documentaire conforte sa deuxième place parmi les genres des œuvres immersives françaises les plus exportées en 2021 : il capte plus de 20 % du chiffre d'affaires et représente un tiers des ventes et de l'offre d'œuvres. La part des recettes générées par le documentaire a également beaucoup oscillé pendant les cinq années étudiées. Elle a atteint son plus haut niveau en 2018, la plus forte de l'année (60 %), tandis qu'elle

se limitait à 10 % les années précédente et suivante. Les valeurs de 2020 et de 2021 sont beaucoup plus proches de la moyenne calculée depuis cinq ans. Malgré 5 titres exportés en moins, le chiffre d'affaires et les transactions sont plus élevés par rapport à 2020 (respectivement, +36,8 % et +62,7 %). 6 œuvres immersives hexagonales les plus exportées de 2021 appartiennent à ce genre.

\* La fiction est le seul genre qui affiche en 2021 un chiffre d'affaires inférieur par rapport à l'année précédente, et ce alors qu'il comptabilise 2 ventes supplémentaires et autant de titres qu'en 2020. L'exploit de 2017 (55,7 % des recettes totales) ne s'est plus jamais reproduit et une tendance en dents de scie s'est ancrée : 2018 et 2020 s'inscrivent dans la lignée de la moyenne des cinq dernières années, tandis que 2019 (la plus faible) et 2021 sont largement en deçà de cette valeur. **Éclipse** est la seule œuvre immersive hexagonale de fiction figurant parmi les plus exportées de 2021.

\* L'expérimental reste minoritaire tous genres confondus en 2021, mais, à nombre presque égal de ventes et de titres, le chiffre d'affaires généré passe de 1 275 € à 21 012 € en un an ! Cet envol est assuré par le succès à l'international de **I Saw the Future**.

\* Les œuvres immersives de fiction affichent le prix moyen par vente (8 491 €) le plus fort parmi les quatre genres ici analysés, tandis que l'animation est leader en ce qui concerne les recettes moyennes (35 733 €) et le nombre moyen de ventes (8,2) par titre.

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

Genre	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Animation	17,8 %	7,8 %	81,6 %	38,5 %	64,5 %	42,0 %
Documentaire	10,6 %	60,0 %	11,1 %	33,2 %	22,1 %	27,4 %
Expérimental	15,9 %	8,9 %	2,2 %	0,2 %	1,9 %	5,8 %
Fiction	55,7 %	23,3 %	5,1 %	28,1 %	11,5 %	24,7 %

## > selon l'année de production

### L'année 2021

Année de production	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
2021	152 139 €	13,7 %	31	11,7 %	6	14,6 %
2020	31 503 €	2,8 %	39	14,7 %	7	17,1 %
2019	412 091 €	37,2 %	111	41,7 %	9	22,0 %
2018	287 920 €	26,0 %	53	19,9 %	7	17,1 %
2017	116 584 €	10,5 %	13	4,9 %	6	14,6 %
2001 - 2016	107 404 €	9,7 %	19	7,1 %	6	14,6 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>	<b>41</b>	<b>100,0 %</b>

\* Les ventes d'œuvres immersives en 2021 se répartissent entre les titres récents, produits après 2017, et ceux dits « de catalogue », produits antérieurement à cette année. Une fois encore, la tendance traditionnelle se confirme et l'analyse révèle que **les productions de la deuxième année précédant l'étude sont les plus nombreuses et représentent les parts de chiffre d'affaires et de ventes les plus conséquentes.**

\* Les films récents, qui composent 87,4 % de l'échantillon, engendrent 90,3 % des profits et 92,9 % des transactions, alors que les films de catalogue (14,6 %) captent 9,7 % du chiffre d'affaires et 7,1 % des ventes. À la différence des courts-métrages, les œuvres immersives ne peuvent pas compter sur une large palette de titres de patrimoine, étant une forme artistique apparue récemment. L'année 2019 s'impose sur les autres car elle compte dans ses rangs **Gloomy Eyes** et **Ayahuasca (Kosmik Journey)**, les titres les plus convoités par les acheteurs étrangers en 2020 et en 2021.

## > selon la langue

### L'année 2021

Langue	Chiffre d'affaires		Ventes		Titres	
Français	143 587 €	13,0 %	12	4,5 %	5	12,2 %
Étrangère	777 254 €	70,2 %	180	67,7 %	28	68,3 %
Sans dialogues	186 800 €	16,9 %	74	27,8 %	8	19,5 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>	<b>41</b>	<b>100,0 %</b>

\* Les productions en langue étrangère sont les plus nombreuses (2 œuvres immersives sur 3) et génèrent plus de 70 % du chiffre d'affaires et près de 68 % des ventes en 2021. Les œuvres en langue française et celles sans dialogues comptabilisent presque autant de recettes et de titres, mais ces dernières totalisent six fois plus de ventes. À ces deux catégories appartiennent **Ayahuasca (Kosmik Journey)**, **Éclipse**, **Far Reach**, **Jailbirds – Bwa Kaylman**, **Odyssey 1.4.9** et **Recording Entropia**. Parmi les 5 œuvres immersives engendrant plus de 50 000 € de recettes et les 10 cumulant plus de 10 transactions, celles en langue étrangère sont

respectivement au nombre de 3 et de 6. Les œuvres immersives sont rarement sous-titrées et plus souvent doublées : cela explique la forte présence de titres en langue étrangère afin de faciliter l'exportation et la diffusion des contenus immersifs français.

\* Les productions majoritairement françaises dominent la scène, fortes de plus de 90 % du chiffre d'affaires, des ventes et des titres. **Jailbirds – Bwa Kaylman** (coproduction franco-belge) et **Madrid Noir** (coproduction franco-britannique) s'illustrent comme les productions minoritaires les plus exportées en 2021.

# Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises

## > selon le type d'acheteur

### L'année 2021

Type d'acheteur	Chiffre d'affaires		Ventes		Acheteurs	
Associations	500 €	< 0,1 %	2	0,8 %	2	1,7 %
Chaînes de télévision	49 455 €	4,5 %	4	1,5 %	1	0,9 %
Distributeurs	21 537 €	1,9 %	3	1,1 %	3	2,6 %
Festivals internationaux	90 416 €	8,2 %	134	50,4 %	72	62,6 %
Galeries, musées, expositions et universités	45 102 €	4,1 %	38	14,3 %	15	13,0 %
Institutionnels et ambassades	5 870 €	0,5 %	16	6,0 %	4	3,5 %
Plateformes VOD	399 073 €	36,0 %	41	15,4 %	7	6,1 %
Autres	495 688 €	44,8 %	28	10,5 %	11	9,6 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>	<b>115</b>	<b>100,0 %</b>

\* À l'exception de 2017, la répartition du chiffre d'affaires annuel a toujours mis en avant les acheteurs dits « autres », ceux qu'on ne peut pas associer aux catégories traditionnelles préexistantes. Quant aux plateformes VOD, ce sont les seules qui gagnent du terrain d'une année sur l'autre. Ces deux groupes d'acheteurs sont les seuls qui voient leur part de marché se renforcer en 2021, et ce en dépit des autres qui affichent, festivals et associations exclus, leur niveau le plus bas des cinq dernières années.

\* 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 (64,3 %) et sont à l'origine de près de 136 ventes, principalement des locations de copies. Malgré un tel volume, leur chiffre d'affaires représente seulement 8,2 % du cumul annuel et aucun festival ou association ne se hisse parmi les 10 plus gros acheteurs en 2021. Le leader de ce groupe, en termes de recettes et de transactions, est le festival taiwanais de Kaohsiung.

\* Les plateformes VOD poursuivent leur croissance constante en participant à hauteur de près de 400 000 € au score annuel en 2021, ce qui leur offre une part historique de 36 % du total. Absentes de la première étude (2017), elles n'ont pas arrêté de gagner du terrain et s'illustrent, quatre ans après, comme les

acheteurs incontournables des œuvres tricolores à l'international. En 2021, les investissements des plateformes VOD sont multipliés par 3 en un an ! Sans surprise, le premier acheteur étranger d'œuvres immersives françaises est une plateforme, l'états-unienne Oculus, à qui l'on doit 27,5 % du chiffre d'affaires annuel.

\* Les chiffres d'affaires provenant des chaînes de télévision et des galeries, musées, expositions et universités sont presque identiques, mais les nombres de ventes (4 contre 38) et d'acheteurs (1 contre 15) diffèrent largement. La seule chaîne de télévision ayant investi dans des œuvres immersives françaises en 2021 est la franco-allemande ARTE, tandis que le québécois Centre Phi prend la tête du deuxième groupe.

\* Jamais l'apport des distributeurs n'avait été si bas. Les recettes liées à cette catégorie ne dépassent pas 2 % en 2021, alors qu'elles se taillaient la part du lion en 2017 avec plus de la moitié du cumul annuel !

\* 11 acheteurs n'ont pas pu être associés aux catégories traditionnelles préexistantes et 6 d'entre eux s'illustrent comme les plus gros acheteurs d'œuvres immersives françaises en 2021 ! On peut notamment citer le chinois Digital Domain Content et les états-unien Area 15 et Facebook.

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

Type d'acheteur	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Chaînes de télévision	11,9 %	6,8 %	0,0 %	18,5 %	4,5 %	8,3 %
Distributeurs	54,7 %	19,4 %	2,8 %	16,7 %	1,9 %	19,1 %
Festivals internationaux	17,7 %	19,8 %	4,8 %	3,1 %	8,2 %	10,7 %
Plateformes VOD	0,0 %	6,6 %	21,2 %	23,9 %	36,0 %	17,5 %
Autres	15,7 %	47,4 %	71,2 %	37,9 %	44,8 %	43,4 %

## > selon la zone géographique

### L'année 2021

Zone géographique	Chiffre d'affaires		Ventes	
Afrique et Proche & Moyen-Orient	183 €	< 0,1 %	2	0,8 %
Amérique du Nord	636 866 €	57,5 %	76	28,6 %
Amérique latine	805 €	0,1 %	7	2,6 %
Asie	289 832 €	26,2 %	72	27,1 %
Europe centrale et orientale	4 140 €	0,4 %	26	9,8 %
Europe occidentale	109 789 €	9,9 %	67	25,2 %
Océanie	14 021 €	1,3 %	4	1,5 %
Acheteurs français*	52 005 €	4,7 %	12	4,5 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>

\* L'Amérique du Nord devient la première zone géographique d'exportation des œuvres immersives françaises en 2021. La progression par rapport à 2020 est impressionnante : le chiffre d'affaires et le nombre de ventes sont multipliés par 4 ! La zone concentre plus de la moitié des recettes annuelles (un record) et affiche ainsi son plus haut niveau des cinq dernières années, sachant qu'il fluctuait entre 10 et 30 % entre 2017 et 2020. Les deux pays de la région figurent tous deux parmi les 10 premiers selon le chiffre d'affaires, et les États-Unis se hissent au sommet de ce classement pour la deuxième année consécutive. En ce qui concerne les acheteurs, 6 des 10 ayant le plus investi dans l'achat d'œuvres immersives françaises en 2021, dont Oculus (n° 1), sont basés dans la partie septentrionale du continent américain.

\* L'Asie descend à la deuxième place des zones géographiques d'exportation en 2021. Sa part du chiffre d'affaires annuel a constamment augmenté jusqu'à atteindre un pic en 2019 (71 %), pour ensuite se fragiliser : le niveau de 2021 se rapproche de celui de 2018. Néanmoins, les recettes sont en hausse de 31,5 % et les transactions sont multipliées par 2 par rapport à 2020. La Chine, Taïwan et Singapour assurent la plus large exposition aux œuvres immersives tricolores, avec les chinois Digital Domain Content et Pico qui s'illustrent parmi les plus gros acheteurs étrangers.

\* L'Europe occidentale complète le podium des zones géographiques d'exportation en 2021. La partie ouest du Vieux Continent était le marché privilégié des œuvres immersives françaises en 2017 et 2018, quand elle était à l'origine de 40 % de leur chiffre d'affaires annuel. L'apparition de nouveaux acheteurs forts basés 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, le deuxième plus bas depuis 2017 après 2019 (6,5 %). Les recettes sont en baisse de 14,3 % alors que les transactions sont multipliées par 1,5 par rapport à 2020. Bien que loin derrière les États-Unis et la Chine, le Royaume-Uni accède à la dernière place du podium du classement des pays selon le chiffre d'affaires en 2021, suivi des Pays-Bas, tandis que la Belgique occupe la dernière place du top 10. Les premiers acheteurs de la zone sont le britannique NSSC Operations et le néerlandais Amaze VR.

\* Avec l'Europe occidentale, la seule autre zone géographique à partager le triste constat d'avoir moins investi dans l'acquisition d'œuvres immersives françaises en 2021 est l'Afrique et Proche & Moyen-Orient. En revanche, le chiffre d'affaires est plus élevé en Amérique latine, en Europe centrale et orientale (x4) et en Océanie. Après avoir presque disparu des radars entre 2018 et 2020, l'Océanie fait son grand retour dans la course en 2021, grâce à l'intérêt manifesté par 3D Content Hub qui propulse l'Australie à la 8<sup>e</sup> place des pays selon les recettes, et signe sa meilleure année depuis 2017.

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

Zone géographique	2017	2018	2019	2020	2021	Moyenne sur 5 ans
Afrique et Proche & Moyen-Orient	13,9 %	1,3 %	0,2 %	0,4 %	< 0,1 %	3,9 %
Amérique du Nord	10,3 %	20,8 %	19,5 %	29,6 %	57,5 %	27,5 %
Amérique latine	4,1 %	1,5 %	0,4 %	0,1 %	0,1 %	1,2 %
Asie	18,7 %	25,3 %	71,0 %	40,9 %	26,2 %	36,4 %
Europe centrale et orientale	7,2 %	2,6 %	0,9 %	0,4 %	0,4 %	2,3 %
Europe occidentale	40,4 %	40,1 %	6,5 %	23,8 %	9,9 %	24,1 %
Océanie	2,7 %	0,3 %	< 0,1 %	0,0 %	1,3 %	1,1 %
Acheteurs français*	2,7 %	8,2 %	1,5 %	4,9 %	4,7 %	4,4 %

\* 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 2021

Rg	Pays	Chiffre d'affaires		Ventes	
1	États-Unis	624 337 €	56,4 %	63	23,7 %
2	Chine	207 800 €	18,8 %	34	12,8 %
3	Royaume-Uni	56 195 €	5,1 %	9	3,4 %
4	Pays-Bas	38 056 €	3,4 %	7	2,6 %
5	Taiwan	33 738 €	3,0 %	26	9,8 %
6	Corée du Sud	28 830 €	2,6 %	8	3,0 %
7	Singapour	18 000 €	1,6 %	1	0,4 %
8	Australie	14 021 €	1,3 %	4	1,5 %
9	Canada	12 529 €	1,1 %	13	4,9 %
10	Belgique	3 250 €	0,3 %	9	3,4 %
<b>Total du top 10</b>		<b>1 036 756 €</b>	<b>93,6 %</b>	<b>174</b>	<b>65,4 %</b>
<b>Autres pays étrangers (26)</b>		<b>18 880 €</b>	<b>1,7 %</b>	<b>80</b>	<b>30,1 %</b>
<b>France (pour export)*</b>		<b>52 005 €</b>	<b>4,7 %</b>	<b>12</b>	<b>4,5 %</b>
<b>Total</b>		<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>

\* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).  
Attention : Certaines données recherchées étant manquantes, ce classement se base sur les informations effectivement récoltées.

## > selon l'acheteur

### L'année 2021

Rg	Acheteur	Pays d'origine	Chiffre d'affaires	Ventes	
1	Oculus	États-Unis	27,5 %	15	5,6 %
2	Digital Domain Content	Chine	12,0 %	4	1,5 %
3	Facebook	États-Unis	7,1 %	3	1,1 %
4	Area 15	États-Unis	7,1 %	3	1,1 %
5	Valve Corporation	États-Unis	5,2 %	2	0,8 %
6	NSSC Operations	Royaume-Uni	4,5 %	1	0,4 %
7	Iconic Engine	États-Unis	3,9 %	6	2,3 %
8	AMC Networks	États-Unis	2,4 %	13	4,9 %
9	PICO	Chine	2,3 %	3	1,1 %
10	Amaze VR - Virtual Reality Experience Center	Pays-Bas	1,9 %	2	0,8 %
<b>Total du top 10</b>			<b>73,7 %</b>	<b>52</b>	<b>19,5 %</b>
<b>Autres acheteurs étrangers (103)</b>			<b>21,6 %</b>	<b>202</b>	<b>75,9 %</b>
<b>Acheteurs français* (2)</b>			<b>4,7 %</b>	<b>12</b>	<b>4,5 %</b>
<b>Total</b>			<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>

\* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).  
Attention : Certaines données recherchées étant manquantes, ce classement se base sur les informations effectivement récoltées.

\* Après 2017 (Pays-Bas), la première place du classement des pays selon le chiffre d'affaires est convoitée par des territoires extra-européens : d'abord la Corée du Sud (2018), puis la Chine (2019) et ensuite les États-Unis (2020 et 2021). La dernière marche du podium a vu se succéder la Corée du Sud (2019), l'Islande (2020) et le Royaume-Uni (2021). Les dix premiers pays concentrent la presque totalité des recettes annuelles de l'exportation d'œuvres immersives françaises.

\* Le chiffre d'affaires généré aux États-Unis ne cesse d'augmenter (89 723 € en 2019, 157 720 € en 2020) et dépasse le seuil de 500 000 € pour la première fois en 2021 ! 1 vente sur 4 est réalisée dans ce pays. Cet exploit est porté principalement par Oculus qui est à l'origine d'un quart des recettes annuelles : la société fait sa première apparition en 2020 avec 1 vente et 1 % du chiffre d'affaires total, la progression en un an est fulgurante ! Il ne faut pas oublier Facebook, Area 15 et Valve Corporation, également basés aux États-Unis.

\* Pays leader en 2019, la Chine conserve la deuxième place. Le chiffre d'affaires généré en 2021 est certes de 37 % supérieur à celui de 2020, mais aussi de 11,7 % inférieur à celui de 2019. Le nombre de ventes, en revanche, est en constante hausse (9 en 2019, 10 en 2020 et 32 en 2021). Digital Domain Content et Pico sont ses plus forts ambassadeurs en 2021, et le premier, apparu pour la première fois en 2020, conforte son intérêt pour les œuvres immersives françaises et investit largement plus dans l'acquisition de leurs droits de diffusion.

\* Le Royaume-Uni crée la surprise et se hisse à la dernière place du podium. Le marché anglophone fait sa première apparition au sein du classement annuel des 10 pays achetant le plus d'œuvres immersives françaises depuis que cette étude est réalisée. L'acheteur NCCS Operations porte presque à lui seul cet essor en concluant 1 seule vente. L'autre pays, par ailleurs également anglophone, qui accède au top 10 est l'Australie grâce à 3D Content Hub. Les Pays-Bas font leur grand retour : après avoir remporté le titre de premier pays d'exportation des œuvres immersives hexagonales en 2017, ils ne l'ont pas conservé par la suite. Amaze VR – Virtual Reality Experience Center et Vertigo Games permettent aux Pays-Bas de revenir dans la course et y assurent la diffusion des productions françaises.

\* La Belgique, le Canada, la Corée du Sud et Taïwan confortent leur statut de marchés-clés de l'exportation des œuvres immersives tricolores. Le Centre Phi (Canada), le festival international du film fantastique de Bucheon (Corée du Sud) et le festival de Kaohsiung (Taïwan) consolident leur rôle de diffuseurs des productions françaises sur leurs marchés respectifs au fil des années. Deuxième pays selon les recettes en 2017, la Corée du Sud devient le leader de la catégorie en 2018 pour ensuite céder progressivement du terrain : les investissements baissent, la Corée du Sud est troisième en 2019, quatrième en 2020 et sixième en 2021. Un autre pays asiatique se fait remarquer, Taïwan. C'est en 2021 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.

\* À l'image des années précédentes, en 2021, la totalité des diffusions en Afrique et Proche & Moyen-Orient, en Amérique latine et en Europe centrale et orientale continue d'être assurée par les festivals internationaux.

\* Les acheteurs français (ARTE et l'Institut français), bien que basés dans l'Hexagone, participent activement au rayonnement de la production tricolore hors de ses frontières. Ils sont à l'origine de près de 5 % du chiffre d'affaires et des transactions en 2021.

## > selon le territoire cédé

### L'année 2021

Territoire cédé	Chiffre d'affaires		Ventes	
Monde	26 961 €	2,4 %	2	0,8 %
Multi-territoires	15 602 €	1,4 %	4	1,5 %
Un territoire	1 013 073 €	91,5 %	248	93,2 %
Territoires cédés aux acheteurs français*	52 005 €	4,7 %	12	4,5 %
<b>Total</b>	<b>1 107 641 €</b>	<b>100,0 %</b>	<b>266</b>	<b>100,0 %</b>

\* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).  
Attention : Certaines données recherchées étant manquantes, ce classement se base sur les informations effectivement récoltées.

\* La cession de droits de diffusions d'œuvres immersives françaises en 2021 est polarisée autour d'un seul territoire. Les plateformes et certains distributeurs opèrent sur plusieurs marchés, d'où la présence d'achats de droits « multi-territoires » ou « monde », même s'ils se révèlent numériquement largement

inférieurs. 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 plus de 90 % des recettes et des transactions annuelles.



**3**

**Les courts-métrages  
et les œuvres  
immersives français  
dans les festivals  
à l'international  
en 2021**

# Les grands indicateurs

## des courts-métrages et des œuvres immersives françaises dans les festivals à l'international en 2021

Courts-métrages – Œuvres immersives

638 ■ 31

Titres français sélectionnés

1 464 ■ 62

Présentations de titres français

200 ■ 7

Prix remportés

93 ■ 21

Festivals ayant sélectionné des titres français

**Badalona Filmets**

1<sup>er</sup> festival

en nombre de courts-métrages français sélectionnés

**GIFF Genève**

1<sup>er</sup> festival

en nombre d'œuvres immersives françaises sélectionnées

**Migrants**

1<sup>er</sup> court-métrage français en nombre de prix

**Maalbeek**

1<sup>er</sup> court-métrage français en nombre de présentations

**Goliath: Playing With Reality**

1<sup>re</sup> œuvre immersive française

en nombre de prix

# Analyse

Unifrance publie pour la première fois un état des lieux des sélections et prix obtenus dans les festivals étrangers dont l'association est partenaire.

\* Unifrance est partenaire de plus d'une centaine de festivals étrangers diffusant du format court à travers le monde. Il faut compter parmi eux les festivals rendant éligible aux Oscars, BAFTA ou autre EFA. Cela constitue un référentiel non exhaustif mais néanmoins significatif de l'exposition festivalière des courts-métrages et des œuvres immersives hors de nos frontières.

\* L'année 2021 affiche des résultats très honorables si l'on considère le lent retour à la normale après la crise sanitaire. En dépit des reports et annulations consécutifs à deux années de pandémie, la plupart des organisateurs ont su rebondir et maintenir leurs éditions, même dans un format restreint, en ligne, ou en hybride pour certains. La reprise progressive des festivals en physique s'est faite courant 2021, sauf sur certains territoires, en Amérique du Nord, en Asie et en Océanie en particulier. Tant en nombre de présentations (1 526 au total, en et hors compétition) que de récompenses attribuées (207), le format court a pu trouver un bel écho auprès des publics et professionnels dans 107 manifestations de 34 pays. À titre de comparaison, cela représentait 1 490 présentations et 187 prix dans 97 festivals de 32 pays en 2020.

\* Seules les œuvres sélectionnées en compétition (hors festivals francophones et festivals de films français) ont fait l'objet de cette première analyse. **Tous formats confondus (courts-métrages et œuvres immersives), pas moins de 93 festivals ont sélectionné en compétition 669 titres différents (pour un total de 1 526 présentations) qui ont remporté 207 prix.**

\* Les films d'animation trônent en tête avec 292 titres et 848 présentations dans 85 festivals de 31 pays. 55 d'entre eux ont été récompensés pour un total de 103 prix. C'est majoritairement en Europe occidentale que ce genre est le plus primé : dans le peloton de tête se place l'Allemagne, suivie par la Suisse, les États-Unis et la Belgique. **Migrants**, une production de l'école Pôle 3D réalisée par Hugo Caby, Antoine Dupriez, Aubin Kubiak, Lucas Lermytte et Zoé Devise, occupe la première place des films primés pour cette catégorie avec 10 récompenses. **Easter Eggs** de Nicolas Keppens le suit de près avec 8 distinctions, tandis que **Précieux** de Paul Mas et **Vanille** de Guillaume Lorin viennent en troisième position avec 5 prix.

\* La fiction occupe la seconde place avec 264 titres et 469 présentations dans 75 festivals de 28 pays. 44 d'entre eux ont été récompensés pour un total de 68 prix, remportés principalement en Europe occidentale. Néanmoins, le podium des pays est coiffé par les États-Unis (16 prix), devant la Grèce (13) et la Belgique et l'Espagne à égalité (6). **T'es morte Hélène** de Michiel Blanchart, **Dustin** de Naïla Guiguet et **Free Fall** d'Emmanuel Tenenbaum se partagent 13 des prix remis à cette catégorie.

\* Le documentaire occupe la dernière place du podium avec 92 titres et 175 présentations dans 66 festivals de 29 pays. Les 30 prix décernés au genre proviennent majoritairement des États-Unis, d'Espagne et d'Allemagne. **Maalbeek** d'Ismaël Joffroy Chandoutis et **Little Berlin** de Kate McMullen remportent à eux seuls plus d'un tiers du total des prix.

\* S'il est peu représenté à l'international, le court-métrage expérimental se fraie tout de même une place, notamment grâce à sa présence à Oberhausen (Allemagne), festival pionnier du genre où **Un très long temps d'exposition** de Chloé Galibert-Lainé y récolte 2 prix. Autre fait remarquable, la sélection à la Mostra de Venise (Venice Immersive) de l'œuvre **End of Night** de David Adler, auréolée du Prix du meilleur récit VR. Au total pour cette catégorie, 5 films se sont vu décerner 6 prix dans 5 festivals de 6 pays (4 en Europe occidentale et 1 en Iran).

\* Enfin, en se concentrant sur la création immersive, bien plus modeste en terme de nombre d'œuvres circulant chaque année si comparée au court métrage, mais néanmoins bien exposée, on note sa très belle représentation dans les grands festivals internationaux qui développent des sections XR, en particulier Sundance, South by South West, Tribeca, Venise, BFI... Les œuvres immersives sont également sélectionnées dans les festivals de documentaire (à l'image de l'IDFA et de DokLeipzig) et d'animation (Annecy notamment).

\* Les festivals sont un vecteur incontournable de la diffusion des courts-métrages et des œuvres immersives françaises à l'international, notamment dans les zones géographiques privées de gros acheteurs historiques spécialisés à l'image des chaînes de télévision, des distributeurs et des plateformes VOD. Ainsi, plus de 45 titres ont été présentés en Croatie en 2021, 28 en Colombie et en Corée du Sud, 26 en Roumanie, 24 en Australie, 15 en Iran et 13 au Brésil.

## 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 (ayant un (co)producteur français) et dits « récents ». Un film peut être sélectionné par plus de 1 festival, nous avons donc choisi d'employer le terme « présentation » dans les textes. Par exemple, en 2021, **Migrants** a été programmé par 23 festivals, ce qui correspond donc à 1 film et à 23 présentations. Seuls les prix officiels sont pris en compte, tous les prix collatéraux sont donc exclus.

# Le palmarès de 2021

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

## Allemagne

**Festival international du court-métrage d'Oberhausen** (Mai)

- \* Grand Prix (Compétition enfance et jeunesse) : **Kiki la plume** de Julie Rembauville et Nicolas Bianco-Levrin

**Festival international du film d'animation de Stuttgart (Trickfilm)** (Mai)

- \* Grand Prix (Compétition internationale) : **Précieux** de Paul Mas

## Belgique

**Anima** (Février)

- \* Grand Prix Anima : **Empty Places** de Geoffroy de Crécy
- \* Prix spécial du jury (Compétition internationale) : **Elio (Lié)** d'Alexandra Ramires

**Brussels Short Film Festival** (Août/Septembre)

- \* Grand Prix (Compétition nationale) : **Titan** de Valéry Carnoy

## Brésil

**Curtacinema** (Novembre)

- \* Grand Prix (Compétition internationale) : **Trumpets in the Sky** de Rakan Mayasi

## Canada

**Festival international d'animation d'Ottawa** (Septembre/Octobre)

- \* Prix de la meilleure animation non-narrative : **Anxious Body** de Yoriko Mizushiri
- \* Prix de la meilleure animation jeune public : **T'as vendu mes rollers ?** de Margaux Cazal, Jeanne Hammel, Louis Holmes, Sandy Lachkar, Agathe Leroux et Léa Rey-Mauzaize

**REGARD – Festival international du court-métrage au Saguenay** (Juin)

- \* Grand Prix : **Free Fall** d'Emmanuel Tenenbaum

## Corée du Sud

**Festival international du film d'animation de Bucheon** (Octobre)

- \* Prix du jury (Compétition VR) : **The Hangman at Home – VR (Single User)** de Michelle Kranot et Uri Kranot
- \* Prix spécial du jury (Compétition internationale) : **Steakhouse** de Čadež Špela

## Danemark

**Festival international du film d'Odense** (Août/Septembre)

- \* Prix du meilleur scénario : **On n'est pas des animaux** de Noé Debré

## Espagne

**Festival du film d'horreur et fantastique de San Sebastián** (Octobre/Novembre)

- \* Prix du meilleur court-métrage : **Dora** de Joanne Delachair
- \* Méliès d'argent du meilleur film européen : **Mum's Sweater** de Mauriziana Gualdrini, Yi-Chen Hsiao, James Mann, Ugo Offner et Anand K Varma

**Festival international de moyens-métrages de Valence** (La Cabina) (Novembre)

- \* Prix de la meilleure réalisation : **Les Filles du feu** de Laura Rius Aran

**Festival international du court-métrage de Huesca** (Juin)

- \* Premier Prix (Compétition internationale) : **I Am Afraid to Forget Your Face** de Sameh Alaa
- \* Prix de la meilleure animation : **Précieux** de Paul Mas
- \* Prix du meilleur premier film : **Un cœur d'or** de Simon Filliot

**Festival international du film de Catalogne de Sitges** (Octobre)

- \* Méliès d'argent du meilleur court-métrage : **T'es morte Hélène** de Michiel Blanchart

**Badalona Film Festival** (Filmets) (Octobre)

- \* Prix du meilleur documentaire : **Bab Sebta** de Randa Maroufi
- \* Prix spécial du jury : **Finale** de Stéphan Castang

## États-Unis

**Festival international de Rhode Island** (Mai)

- \* Grand Prix de la meilleure réalisation : **Nous ne sommes pas encore morts** de Joanne Rakotoarisoa
- \* Grand Prix de la meilleure fiction : **T'es morte Hélène** de Michiel Blanchart
- \* Grand Prix de la meilleure animation : **Maman pleut des cordes** d'Hugo de Faucompret
- \* Grand Prix de la meilleure animation pour enfants : **Un caillou dans la chaussure** d'Éric Montchaud
- \* Grand Prix du meilleur film expérimental : **Æon** d'Emmanuel Fraisse
- \* Grand Prix du meilleur documentaire du jury jeune : **Little Berlin** de Kate McMullen

**Festival international du court-métrage de Palm Springs** (Juin)

- \* Prix de la meilleure animation : **Dans la rivière** de Weijia Ma

**Festival international du film de Cleveland** (Avril)

- \* Prix de la meilleure animation : **Migrants** d'Hugo Caby, Antoine Dupriez, Aubin Kubiak, Lucas Lermytte et Zoé Devise

**Festival international du film de San Francisco** (Avril)

- \* Golden Gate Award (Fiction) : **Jeune d'été** d'Abdenoure Ziane

**SXSW South by SouthWest** (Mars)

- \* Prix du public (Virtual Cinema Competition) : **Biolum** d'Abel Kohen

**Tribeca Film Festival (New York)** (Mai)

- \* Prix du meilleur court-métrage d'animation : **Navozande, le musicien** de Réza Riàhi

## Finlande

**Animatricks Animation Festival** (Mai)

- \* Prix de la meilleure animation documentaire : **Maalbeek** d'Ismaël Joffroy Chandoutis
- \* Prix de la meilleure animation d'étudiant : **À la mer poussière** de Héloïse Ferlay

**Festival du film de Tampere** (Mars)

- \* Prix de la meilleure animation : **Normal** de Julie Caty
- \* Prix du meilleur film de genre (Generation XYZ) : **Les Derniers Hommes** d'Adrien Jeannot

## Italie

**Mostra de Venice** (Septembre)

- \* Grand Prix du jury pour la meilleure œuvre VR : **Goliath: Playing With Reality** de Barry Gene Murphy et May Abdalla
- \* Prix de la meilleure expérience VR : **Le Bal de Paris** de Blanca Li
- \* Prix du meilleur récit VR : **End of Night** de David Adler

## Japon

**Festival du court-métrage de Tokyo (Short Shorts)** (Juin)

- \* Grand Prix (Compétition Asie) : **Retour à Toyama** d'Atsushi Hirai

**Festival et marché international du court-métrage de Sapporo** (Novembre)

- \* Grand Prix (Compétition internationale) : **Free Fall** d'Emmanuel Tenenbaum
- \* Prix de la meilleure animation : **Un cœur d'or** de Simon Filliot

**Tokyo Anime Award Festival** (Mars)

- \* Grand Prix (Compétition internationale) : **Coffin** de Cai Yuanqing, Nathan Crabot, Houzhi Huang, Mikolaj Janiw, Mandimby Lebon et Théo Tran Ngoc

## Pays-Bas

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

- \* Prix du meilleur film de fiction : **Dustin** de Naila Guiguet
- \* Prix du meilleur film d'animation : **Friend of a Friend** de Zachary Zezima

## Pologne

**Festival du film de Cracovie** (Mai/Juin)

- \* Dragon d'or du meilleur film : **The Hangman at Home** de Michelle Kranot et Uri Kranot
- \* Prix du meilleur court-métrage européen : **Hide** de Daniel Gray

## Portugal

**Festival international du film d'animation d'Espinho (Cinanima)** (Novembre)

- \* Grand Prix : **Easter Eggs** de Nicolas Keppens
- \* Prix du documentaire d'animation : **Maalbeek** d'Ismaël Joffroy Chandoutis et **Souvenir Souvenir** de Bastien Dubois

**Festival international du court-métrage de Vila do Conde** (Juillet)

- \* Grand Prix (Compétition internationale) : **VO** de Nicolas Gourault
- \* Prix de la meilleure animation : **I Gotta Look Good for the Apocalypse** d'Ayce Kartal

## Roumanie

**Anim'Est** (Octobre)

- \* Prix du meilleur documentaire d'animation : **Maalbeek** d'Ismaël Joffroy Chandoutis
- \* Prix du meilleur film d'école : **La Confiture de papillons** de Shih-Yen Huang

- \* Prix du meilleur film pour enfants : **Migrants** d'Hugo Caby, Antoine Dupriez, Aubin Kubiak, Lucas Lermytte et Zoé Devise

- \* Prix du meilleur film VR : **Dislocation** de Veljko Popović et Milivoj Popović

## Sénégal

**Dakar Court** (Décembre)

- \* Grand Prix du jury : **Sukar** d'Ilias El Faris

## Suède

**Festival international du court-métrage d'Uppsala** (Octobre)

- \* Grand Prix : **Noir-soleil** de Marie Larrivé

## Suisse

**Animatou** (Septembre)

- \* Grand Prix Animatou : **Précieux** de Paul Mas
- \* Prix de la compétition jeune public : **Vanille** de Guillaume Lorin

**Festival du film de Locarno** (Août)

- \* Léopard d'argent (Compétition internationale Léopards de demain) : **Les Démons de Dorothy** d'Alexis Langlois

# Réalisation

---

## SECRÉTAIRE GÉNÉRAL

**Axel Scoffier**

axel.scoffier@unifrance.org

---

## CHARGÉ DES DONNÉES & ÉTUDES

**Andrea Sponchiado**

andrea.sponchiado@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

---

## ASSISTANTE COURTS-MÉTRAGES & NOUVELLES ÉCRITURES

**Claire Willemin**

claire.willemin@unifrance.org

---

## ASSISTANTE COURTS-MÉTRAGES

**Tiziana D'Egidio**

tiziana.degidio@unifrance.org

---

## CHARGÉE DE PROJET GRAPHISME & INFORMATIQUE

**Isabelle Simone**

isabelle.simone@unifrance.org

---

## DESIGN GRAPHIQUE

**Caroline Péneau**

Atelier Les Filles

---

## IDENTITÉ VISUELLE

**Drôles d'oiseaux**

---

IMPRIMÉ EN FRANCE EN DÉCEMBRE 2022 PAR

**STIPA**



# UNIFRANCÉ

Tous les accents de la créativité

**13 rue Henner F-75009 Paris**  
**[unifrance.org](http://unifrance.org)**