

L'EXPORTATION DE LA  
**RÉALITÉ  
VIRTUELLE (VR)  
FRANÇAISE**  
EN 2018

# LES GRANDS INDICATEURS 2018

**204 ventes**  
de VR française  
(contre 109 ventes  
en 2017)

**216 395 €**  
**de chiffre d'affaires**  
à l'exportation pour la VR française  
(+415,7% par rapport à 2017)

- **198 627 € de chiffre d'affaires**  
généralisé auprès d'acheteurs étrangers  
(hors acheteurs français diffusant à l'étranger :  
Diversion cinema, herve...) (+385,6% par rapport à 2017)
- **23 sociétés** de production ayant déclaré  
avoir vendu à l'étranger (contre 10 sociétés en 2017)
- **85,3% des ventes** ont été réalisées par  
les distributeurs français (-8,3% par rapport à 2017)
- **29 titres** différents vendus  
(contre 13 titres en 2017)



**N.1**  
par **nombre**  
de **ventes**



**N.1**  
par **chiffre**  
d'**affaires**

- **88 acheteurs** différents, dont 7 acheteurs français  
(contre 44 acheteurs différents en 2017)

**L'Europe occidentale** demeure le **1<sup>er</sup> marché**  
de la VR française en 2018

L'Amérique du Nord et l'Asie gagnent du terrain

**La Corée du Sud** est le **nouveau 1<sup>er</sup> pays**  
d'exportation de la VR française en 2018

La Suisse et le Canada complètent le podium

**Le Centre Phi** est le **1<sup>er</sup> acheteur étranger** de  
VR française en 2018

Il est suivi par le Festival International du Film  
de Genève et AVA Entertainment

# ANALYSE DES VENTES EN 2018

À l'image de l'étude traditionnelle sur les courts-métrages, l'étude VR porte uniquement sur les résultats objectifs des ventes, titre par titre, déclarés par chacune des sociétés de production et de distribution ayant décidé de transmettre leurs chiffres. Les ventes opérées par les distributeurs ont pour leur part été attribuées aux sociétés de production correspondantes. Les ventes auprès des acheteurs résidant en France mais opérant à l'international sont également recensées et intégrées aux résultats.

En 2018, la place croissante de la réalité virtuelle au sein des festivals internationaux et l'annonce du positionnement d'acteurs de l'industrie cinématographique (mk2 films, Orange, Wide, Ymagis) sur ces nouvelles images avaient incité UniFrance à réaliser une première étude afin de découvrir et d'analyser le marché à l'export des œuvres immersives françaises.

Alors qu'en 2017 le marché était encore embryonnaire, force est de constater qu'en un an l'essai a été confirmé : le nombre de titres, de ventes et d'acheteurs a doublé, tandis que le chiffre d'affaires a été multiplié par cinq (+415,7%). Chaque film a été vendu en moyenne 7,03 fois pour un prix moyen de 7 462 € par titre et de 1 061 € par transaction.

Si la fiction dominait les ventes en 2017, cette année c'est le documentaire qui s'impose et engendre à lui seul 60% des recettes. Ainsi dans les top 5 – CA et ventes – figurent systématiquement trois films documentaires (*Dolphin Man*, *Notes on Blindness: Into Darkness*, *The Enemy*, *The Real Thing* et *Wild Immersion*). L'animation occupe désormais la 3<sup>e</sup> place (7,8%), derrière la fiction (23,3%).

Côté sous-genre, on constate une plus grande diversité : après le drame et le fantastique, la comédie fait son entrée. Autre évolution notable, la durée des œuvres n'apparaît plus comme un critère déterminant pour leur carrière. Enfin, alors qu'elles étaient minoritaires l'an passé, les œuvres en langue française représentent aujourd'hui 55,2% et le doublage est devenu la norme.

*The Enemy* prend la tête du classement des titres par chiffre d'affaires. Avec *Alice, the Virtual Reality Play*, ces 2 films totalisent presque la moitié des recettes. Toutefois il s'agit d'œuvres nécessitant des conditions de présentation lourdes : présence de comédiens et techniciens, transport et installation de matériel onéreux, création de la salle de projection et de sa scénographie. Ces besoins relativisent les montants des ventes. À ce titre, l'augmentation du nombre de spectateurs par séance pour atteindre un seuil de rentabilité est le défi majeur auquel sont confrontés les créateurs.

L'étude se fait ici le reflet des grandes disparités de typologie de la réalité virtuelle et il convient de prendre ces chiffres avec précaution. On pourrait de manière schématique (et infidèle) diviser en deux grandes familles les modes d'exploitation : le **offline** pour les présentations physiques (à l'instar de *The Enemy* et *Alice, the Virtual Reality*) et le **online** pour les consultations dématérialisées. Ainsi à l'autre bout du spectre (online), *I Saw the Future* est le film VR qui génère le plus grand nombre de ventes, suivi de près par *Dolphin Man* et par *Planet* ∞ (ce dernier absent du top 5 CA).

Le mode d'exploitation conditionne fortement les recettes. Cette étude a identifié 88 acheteurs différents, dont 7 basés en France mais opérant à l'international. Le plus large groupe est composé par les festivals internationaux (44), suivi par celui des

distributeurs (15). En moyenne, un acheteur a réalisé 2,3 achats et investi 2 459 €.

Le secteur se structure – notamment via un travail de distribution méthodique – mais les professionnels constatent que la phase d'évangélisation est loin d'être terminée. Cette situation se traduit par l'importance des **insitutionnels** et des **ambassades** dans les recettes. Avec 21,8% de part de marché, le réseau culturel occupe la 1<sup>re</sup> place, suivi de près par les festivals (19,8%) et les distributeurs (19,4%). Cette volonté pédagogique est au cœur de la nouvelle politique d'acquisition de l'Institut français et explique la 4<sup>e</sup> place des musées en tant qu'acheteur (17,8%).

Les plateformes VoD effectuent une belle progression pour atteindre désormais la 5<sup>e</sup> place du classement. Enfin, même si leur importance diminue, les chaînes télévisuelles demeurent des acheteurs-clés. On notera que sur les 29 films pris en compte, Arte France est impliquée dans le financement de 15 d'entre eux – confirmant ainsi le rôle moteur de la chaîne culturelle européenne dans la VR.

La répartition selon le type de droits cédés s'articule autour de 3 axes principaux – cités par ordre décroissant par part de chiffre d'affaires : les **droits d'exploitation en salles** (60,9%), les **droits VoD** (21,5%) et la **location de copies** (12,5%). Le prix moyen d'une location est calculé à 227 €, tandis que celui des droits salles s'élève à 4 121 €. Les droits salles sont cédés dans 10 territoires étrangers ; dans 29 autres seulement des locations de copies sont recensées. Si les distributeurs sont des acteurs incontournables notamment du point de vue financier, les festivals démontrent une fois de plus leur rôle fondamental dans la diffusion des œuvres françaises.

Porté par de nouveaux entrants et non par les compagnies aériennes historiques, on souligne l'apparition du **inflight entertainment**, secteur prometteur mais dont le développement demeure tributaire des améliorations techniques de la VR.

L'**Europe occidentale** est la zone géographique la plus lucrative pour les films en réalité virtuelle français : 40,1% du chiffre d'affaires et 25,5% des ventes sont réalisés par les acheteurs qui y sont basés. La Suisse, le Luxembourg et l'Espagne sont les pays où les œuvres hexagonales se sont le mieux vendues. Les résultats de l'**Asie** (25,3% du CA), 2<sup>e</sup> zone, sont notamment portés par la **Corée du Sud** via son distributeur AVA Entertainment qui devient le 1<sup>er</sup> territoire pour la réalité virtuelle hexagonale à l'export. Avec une multiplication par 2 des ventes et des achats, l'**Amérique du Nord** (20,8%) effectue une percée pour devenir la 3<sup>e</sup> zone. Cette croissance est notamment due aux investissements du **Centre Phi** à Montréal qui lui permettent de s'affirmer comme le 1<sup>er</sup> acheteur étranger de réalité virtuelle française en 2018. 4<sup>e</sup> zone, l'**Europe centrale et orientale**, où l'on comptabilise pourtant un nombre important de transactions, affiche des investissements 9 fois moindres.

La réalité virtuelle est une industrie diverse qui est en train de créer ses modèles économiques et ces excellents chiffres ne doivent pas occulter la grande fragilité du secteur encore sous-financé. Au-delà des risques liés à cette dernière problématique, une marge de progression existe.

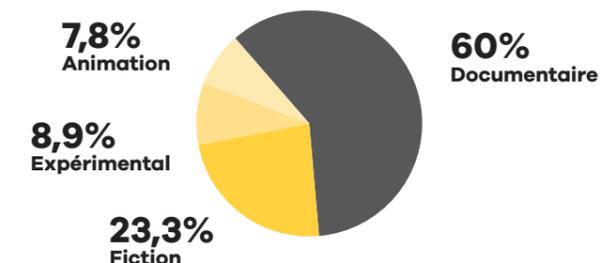
D'un point de vue technique, l'arrivée prochaine de la 5G devrait palier au problème du poids des fichiers des films VR et en faciliter la diffusion. On attend également une **augmentation du nombre de salles de cinéma équipées**.

Enfin, d'un point de vue juridique, de nombreuses transactions n'ont pas été comptabilisées dans cette étude. D'un côté, plusieurs professionnels ont refusé de dissocier les coûts de la prestation de ceux de la vente des films – témoignant ainsi de la porosité entre les phases de production, distribution et d'exploitation. D'un autre côté, de nombreux opérateurs privés (Amazon, Hulu, HTC, Steam, VeeR...) imposent une **clause de confidentialité** sur leurs acquisitions ; il nous incombe donc de convaincre ces nouveaux acteurs de notre besoin de transparence.

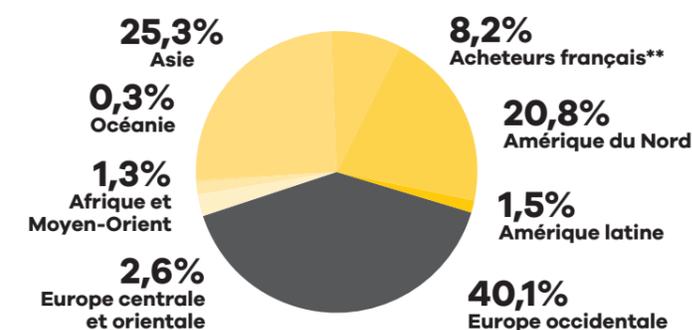
## Top 5 des producteurs français\*

- 1 Camera Lucida Productions
- 2 DVgroup
- 3 Seppia
- 4 BrainWorks
- 5 DA PROD

## Répartition des recettes 2018 selon le genre



## Répartition des recettes 2018 selon la zone géographique



## Répartition des recettes et des ventes 2018 selon le pays d'origine des acheteurs étrangers

Pays d'origine	% CA	% Ventes
1 Corée du Sud	17,9%	10,1%
2 Suisse	17,5%	3,6%
3 Canada	17,5%	3%
4 Luxembourg	15,1%	0,6%
5 Espagne	8,2%	10,1%

## Les films VR les plus vendus en 2018

### Top 3 en chiffre d'affaires

#### The Enemy

Karim Ben Khelifa / Camera Lucida Productions, France Télévisions, ONF, DPT, Emissive / Documentaire, 2017, 50'

#### Alice, the Virtual Reality Play

Mathias Chelebourg, Marie Jourden / DVgroup, Synergy Cinema / Fiction, 2017, 20'

#### Dolphin Man

Benoît Lichté / Seppia, Arte France / Documentaire, 2017, 10'

### Top 3 en nombre de ventes

#### I Saw the Future

François Vautier / DA PROD / Expérimental, 2017, 6'

#### Dolphin Man

Benoît Lichté / Seppia, Arte France / Documentaire, 2017, 10'

#### PLANET ∞

Momoko Seto / Barberousse Films, Awkeye, Arte France / Expérimental, 2017, 7'

\*Par chiffre d'affaires et par nombre de ventes de courts VR en 2018.

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