

COLLEGE UNIFRANCE – 11 AVRIL 2023



En présence de :

 <p>Sarah Hemar – Directrice de l’audiovisuel</p>	 <p>Axel Scoffier – Secrétaire général axel.scoffier@unifrance.org</p>	 <p>Elsa Fellrath – Responsable de la promotion des œuvres audiovisuelles elsa.fellrath@unifrance.org</p>
---	---	--

A propos d’Unifrance

Unifrance est une association de professionnels au sens large qui accompagne la promotion internationale et l’export de courts et longs-métrages, d’œuvres audiovisuelles de fiction, documentaires et immersives. Créée en 1949 autour des producteurs, distributeurs et exportateurs ses 6 collèges actuels représentent aussi les auteurs, agents, réalisateurs, acteurs soit tous les profils artistiques autour d’une œuvre.

Unifrance Films International est une association loi 1901 au périmètre élargi à l’audiovisuel, depuis la fusion en juin 2021 avec TV France International (TVFI). L’équipe d’une quarantaine de personnes est dédiée aux actions au service de ses adhérents depuis le siège à Paris, et 3 correspondants à New-York, Beijing, Tokyo.

Son budget de 12M€ provient du CNC, de la Procirep, du Ministère de l’Europe et des Affaires Etrangères (MEAE), de partenariats et des cotisations. Elle a bénéficié aussi d’un plan de relance exceptionnel de 3M€ suite à la crise covid qui touche à sa fin.

Tarifs d’adhésion annuelle à Unifrance

- Producteur de longs-métrages et audiovisuels = 1590€ TTC
- Producteur de courts-métrages = 350€ TTC mais ne bénéficie pas de l’Aide Individuelle à la Promotion (AIP).
- Artistes (réalisateurs, acteurs, scénaristes, compositeurs) = 65€

Cette adhésion permet de :

- **Bénéficiaire des différents services** (accès aux services en-ligne : études, box-offices, alertes hebdo. ; tarif préférentiel de location de la salle de projection ; aides sélectives sous conditions...)
- **Bénéficiaire de tarifs préférentiels sur les marchés.** Ces tarifs réduits sont parfois accompagnés par un pourcentage de prise en charge en plus par Unifrance via l’AIP :
- **Demander l’AIP (Aide Individuelle à la Promotion) : à destination des producteurs audiovisuels et cinéma et des distributeurs audiovisuels :**

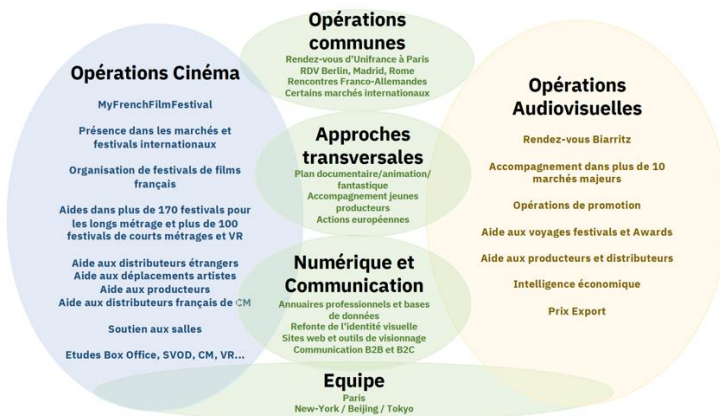
Il s’agit d’une enveloppe fermée à 1500€ par société dans la limite de 6 opérations par an.

L’AIP permet un remboursement jusqu’à 50% des frais liés à la prospection sur un marché/festival international sauf lorsqu’Unifrance y propose une offre dédiée (pavillon, délégation, offre négociée).

En échange est demandé un petit compte-rendu après chaque déplacement pour qu’Unifrance puisse dresser un état des marchés et des événements afin d’assurer une mise en commun d’informations.

Détails de l’AIP sur : <https://www.unifrance.org/actualites/16274/une-nouvelle-aide-a-la-promotion-et-prospection-internationale>

Les Actions d'Unifrance



La fusion des deux équipes dans le même espace, permet des actions communes :

- **En outil de communication** : refonte d'Unifrance.org avec lancement de la nouvelle version prévue le 9 Mai avec une entrée par œuvre, donc meilleure visibilité des œuvres audiovisuelles.
 - **En gestion de bases de données, d'offres de veilles et d'analyses chiffrées.**
 - **En événementiel** : Présence des équipes audiovisuelles aux événements produits historiquement pour le cinéma ([Rendez-vous de Janvier](#), [Rdv franco-allemands](#)) et lors d'actions communes se déroulant dans les grands festivals (Berlinale) ou construite avec les services des ambassades et les Instituts Français (ex. *Francia est en pantalla* avec masterclasses, projections scolaires, et rencontres des professionnels espagnols : producteurs, distributeurs, plateformes...).
- **Marchés**

L'équipe dédiée à l'audiovisuel est présente et accompagne les exportateurs et les producteurs dans de nombreux marchés internationaux, en particulier :

- **En France :**
SériesMania, Sunny Side Of The Doc, MIFA, MIPTV, MIPCOM...
- **A l'international :**
CPH:DOX, Kidscreen, IDFA, World Congress of Science & Factual Producers, Asia TV Forum & Market, Content London, Sitges...

Un permanent référent par marché chez Unifrance organise la délégation qui s'y rend.

Deux marchés sont produits directement par Unifrance :

[Les Rendez-vous d'Unifrance à Biarritz](#) (septembre – 28^e édition).

Ces rendez-vous orientés très marché, rassemblent de nombreux acheteurs et peu de *commissioners*. Petit à petit a été injecté une dose de promotion avec par ex. cette année une soirée de gala autour du casting de la mini-série *Diane de Poitiers*.

[Les Rendez-vous d'Unifrance à Paris](#) (janvier – 24^e édition).

Il se sont ouvert depuis deux ans à l'audiovisuel avec une sélection de 10 œuvres TV pour diffusion sur des territoires européens. La sélection des œuvres se fait par un Appel aux adhérents distributeurs par mailing direct. 9 distributeurs audiovisuels ont pu présenter leurs programmes inédits lors des [French TV Screenings](#) aux acheteurs internationaux, à la presse et aux invités.

15000 chaînes de TV existent dans le monde. **Afin de se distinguer il est indispensable de faire un travail à destination de la presse.** Aux *Rendez-vous d'Unifrance à Paris 2023* environ 140 journalistes internationaux ont permis d'augmenter le nombre d'interviews par quatre ; la presse cinéma s'intéresse aussi aux œuvres audiovisuelles. Unifrance assure un « service après-vente » des œuvres françaises, en créant et en affinant des réseaux de contacts de journalistes pays par pays. Elsa Fellrath pitche les œuvres auprès des journalistes en plus

du travail des attachées de presse. Un tropisme des demandes des journalistes vers la fiction existe mais l'équipe fait attention aux nouveaux programmes documentaires et à l'animation.

Une productrice de documentaires internationaux témoigne :

« *La recension dans la presse apporte un poids nécessaire pour les inscriptions dans les grands festivals et Prix internationaux (par ex. un documentaire aux Emmy Awards). Quand on pré-vend un film on n'a pas d'accès direct à la presse internationale sans Unifrance.* »

- **Intelligence économique**

Étant donné le volume de production en TV au niveau mondial et la diversité d'œuvres, de genres, de canaux c'est un grand défi de tout analyser. **L'objectif est de trouver un équivalent au Box-Office cinéma.**

Mais il est impossible d'agréger les audiences mondiales, pour deux raisons : financièrement et du fait des différences de calculs qui existent selon les pays.

En plus de L'Etude export avec le CNC, et du Bilan audiovisuel annuel, les études se focalisent sur l'export (Chiffres d'Affaires) et la visibilité des programmes français à l'international.

A ce jour une analyse de 14 pays -par rotation d'un indicateur mensuel sur 5 pays/mois- est assurée.

- **Promotion**

L'environnement audiovisuel est moins structuré que l'écosystème du cinéma à ce jour ; mais la force des productions françaises est qu'il n'existe pas d'équivalent d'Unifrance dans le monde pour l'audiovisuel.

Après le lancement de marchés, d'outils de promotion, du *Prix Unifrance de l'export audiovisuel* -dans le cadre des Prix de la Procirep-, le soutien est fléché sur la prise en charge de déplacements des artistes.

2023 est l'année de la consolidation des actions et de la diversification des opérations :

- **Par le renforcement de la participation des œuvres et artistes français dans les festivals et prix internationaux ;**
- **Par une meilleure identification de l'action d'Unifrance auprès des artistes (via l'Adami par ex.) et producteurs ;**
- **Par un positionnement comme vitrine de la création française audiovisuelle auprès des relais institutionnels dans le monde :** Instituts Français (dont les budgets opérationnels se réduisent d'année en année), et les Ambassades via les attachés audiovisuels.

Unifrance identifie de nouvelles opportunités puis assure une stratégie d'influence. Par ex. :

- Les programmeurs TV de chaînes étrangères sont invités à découvrir des œuvres françaises dans la salle de projection d'Unifrance directement à Paris, comme cela se fait déjà depuis longtemps pour le long-métrage.
- Un travail de lobbying a été réalisé sur les *International Emmy Awards 2023*.
- Une communication d'influence se met en place par les relations presse étrangères ; la construction de réseaux plus denses ; les nombreuses pastilles vidéos (interviews, bandes-annonces) sur les réseaux sociaux plus régulières et mieux exposées.

- **Elections**

L'AG d'Unifrance aura lieu le 27 juin avec les élections des 6 commissions des collèges, et donc de son Comité Exécutif, ainsi que son Comité Directeur. **La date limite de réception des candidatures est le 16 juin.**

C'est un mandat important, car dans toutes les instances des postes sont à prendre.

Des convergences sont à trouver sur l'ensemble du secteur dans un contexte financier contraint, les deux budgets spéciaux d'aide à la fusion UFI-TVFI et du plan de relance post-Covid étant consommés.

Dans la commission des producteurs audiovisuels, une règle implique que deux élus maximums d'un même groupe audiovisuel puissent siéger par commission.

- ➔ Pour le fonctionnement complet des instances d'Unifrance, cf. le PPT intitulé « UNIFRANCE x SPI 7 Avril 2023 def » sur l'espace membre du SPI : <https://lespi.org/wp-content/uploads/2023/04/UNIFRANCE-x-SPI-7-Avril-2023.pdf>