

L'AUDIOVISUEL LOCAL PAR-DELÀ LES FRONTIÈRES

Panorama des agences de promotion internationale :
Allemagne, Corée du Sud, Danemark, Espagne, France, Royaume-Uni
& Australie et Cinq Nordiques



SOMMAIRE

INTRODUCTION

- GTAAQ
- Florence Girot
- Objet du rapport

PANORAMA

- Allemagne
- Corée du Sud
- Danemark
- Espagne
- France
- Royaume-Uni
- Aperçu de deux territoires : Australie et les Cinq Nordiques

INTRODUCTION

- GTAAQ – L’avenir de l’audiovisuel au Québec

Le Groupe de travail sur l’avenir de l’audiovisuel au Québec a été créé par le ministre de la Culture et des Communications du Québec, Mathieu Lacombe, pour élaborer des propositions et un plan d’intervention afin d’assurer la pérennité, le maintien de la qualité et le rayonnement, au Québec et à l’international, du secteur audiovisuel québécois. Le Groupe de travail est co-présidé par Monique Simard et Philippe Lamarre et composé de quatre autres membres, dont Sophie Dufort, Jean-Christophe J. Lamontagne, Christine Maestracci et Stéphanie Morissette.

- Florence Girot

Consultante indépendante spécialiste de l’industrie des écrans et productrice de documentaires primés, Florence Girot soutient l’industrie et ses talents depuis plus de 20 ans. Experte en développement stratégique, elle accompagne tout type de joueurs, au Canada, en Europe et à l’international. La FIAPF (Fédération internationale des associations de producteurs de film), Disney, Women in Animation, l’Office national du film du Canada, le festival NewImages, ou encore On Screen Manitoba lui font confiance pour décrypter les dynamiques à l’œuvre au sein du secteur, anticiper les prochaines évolutions et en tirer les meilleures opportunités.

- Objet du rapport

Dans le cadre de son mandat, le Groupe de travail sur l’avenir de l’audiovisuel au Québec (GTAAQ) souhaite obtenir un panorama des organismes de promotion internationale œuvrant dans des pays étrangers pour le rayonnement de leur cinématographie locale (incluant l’audiovisuel). Le panorama se concentrera sur les exemples les plus pertinents au regard des travaux du GTAAQ en explorant les agences des pays suivants : Allemagne, Corée du Sud, Danemark, Espagne, France, Royaume-Uni. Un aperçu du travail effectué en Australie et dans le groupe des Cinq Nordiques (Danemark, Finlande, Islande, Norvège, Suède) sera également offert.

ALLEMAGNE

1. Opérateur : German Film Service + Marketing¹

- German Film est le Centre national d'information et de promotion des films allemands à l'international (long et court métrage, fiction et documentaire)
- S'occupe aussi de la promotion internationale des séries et téléfilms²
- Département et site dédiés au secteur de l'animation³
- Créé en 1954, initialement comme une ombrelle de l'association des producteurs et exportateurs
- Gouvernance de German Film représentative de l'industrie : pouvoir public, fonds de financement, organisations professionnelles
- Budget annuel d'environ 5,4M€⁴ financés par :
 - Commission de la culture et des médias du Gouvernement fédéral
 - Taxe sur l'exportation des films⁵
 - Participation financière des neuf principaux fonds régionaux
 - Partenaires complémentaires : autres fonds régionaux et commissions du films régionales

2. Points saillants

- Agence de promotion établie et reconnue depuis longtemps, qui a développé des liens solides et pérennes avec les partenaires étrangers
- Allemagne, terre de festivals internationaux (Berlin, Munich, Leipzig, Oberhausen...) et donc point de rassemblement de l'industrie mondiale à plusieurs reprises dans l'année
- German Film a des représentants en charge de zones géographiques distinctes pour renforcer la compréhension des différents marchés et développer les liens avec les professionnels de ces régions, en particulier les acheteurs, distributeurs, exploitants⁶
- Accompagnement selon les genres : fiction, documentaire, animation, séries et dramatiques, long métrage, court métrage
- Stratégie holistique où les initiatives se renforcent en servant l'objectif global :
 - Découvrabilité auprès du public international

¹ <https://www.german-films.de/>

² <https://www.german-films.de/activities/tv-series-tv-films/>

³ <https://www.animationgermany.de/>

⁴ <https://www.german-films.de/german-films-service-marketing/>

⁵ <https://dfff-ffa.de/index.php?faq#7> : Tout producteur est tenu de verser une taxe à l'exportation si un film a été produit avec le financement public du FFA ou DFFF et vendu à l'étranger. La taxe correspond à toutes les recettes des ventes à l'étranger, y compris les MG même s'ils font partie du financement du film. La taxe correspond à 1,5% des recettes nettes, pour un montant maximum de 50.000€.

⁶ <https://www.german-films.de/german-films-around-the-world/german-films-in-usa-uk/>: un accompagnement à la distribution de films allemands est proposé aux distributeurs de ces zones

- Liens forts avec les marchés étrangers
- Conseils et information aux professionnels allemands
- Communication : parler et faire parler des œuvres allemandes
- Membre (fondateur) du réseau européen des organismes de promotion internationale, European Film Promotion (EFP)

3. Services & actions

a. Pour le rayonnement des films et de l'industrie à l'étranger :

- Représentants dédiés par zones géographiques pour des relations privilégiées et une connaissance pointue des différents marchés
- Organisation d'événements professionnels :
 - German Previews (depuis 2001) : événement destiné aux acheteurs et distributeurs internationaux. Trois jours d'avant-premières, de sessions de pitches et de réseautage entre producteurs allemands, acheteurs et agents de vente étrangers⁷
 - « das Rendez-vous » (depuis 2003) : un événement Allemagne-France de deux jours en collaboration entre German Film, Unifrance et l'Académie franco-allemande du cinéma. Outre les tables rondes sur la production et la distribution, l'événement permet de renforcer les liens entre professionnels allemands et français. En 2023, das Rendez-vous a eu lieu en même temps que le festival du film allemand à Paris. Organisé alternativement une année sur deux en Allemagne et en France.⁸
- Animation : collaboration avec les événements internationaux et organisations professionnelles pour promouvoir les collaborations
- Accompagnement spécifique pour l'animation ([site dédié](https://www.german-films.de/activities/documentary-film/)), le documentaire⁹ et le court-métrage¹⁰ en étroite collaboration avec les organisations professionnelles dédiées
- Coopération avec les grands festivals internationaux : gestion d'un canal dédié pour les inscriptions de films allemands¹¹, organisation de visionnements pré-sélectifs. Collaboration pour l'organisation de Focus Allemagne dans certains festivals et marchés
- Présence au MIPCOM pour soutenir les productions audiovisuelles
- Information sur les festivals et marchés pour les professionnels allemands¹²

⁷ <https://www.german-films.de/activities/german-films-previews/>

⁸ <https://www.german-films.de/activities/das-rendez-vous/>

⁹ <https://www.german-films.de/activities/documentary-film/>

¹⁰ <https://www.german-films.de/activities/short-film/>

¹¹ Avec parfois exonération des frais d'inscription pour les films allemands inscrits via le canal German Film

¹² <https://www.german-films.de/festival-guides-1/search-festival-guide/>

- Conseils et information aux représentants des acheteurs et journalistes internationaux
- Communication tout support : publication sur les films allemands et l'industrie nationale, liste complète des nouveaux films sur le site et campagnes sur les réseaux sociaux
- Campagne annuelle « En face à face avec les films allemands » pour permettre à l'industrie internationale de découvrir les nouveaux talents allemands
- Les aides financières :
 - Distribution : aide sélective à la distribution de films allemands à l'étranger¹³
 - Festivals¹⁴ : trois aides pour (i) le marketing, (ii) le sous-titrage et (iii) les relations publiques. Les aides sont destinées aux producteurs et vendeurs, et les montants dépendent des festivals et sections où sont invités les films. Aide pour le transport des cinéastes¹⁵

b. Pour le rayonnement auprès des publics internationaux :

- Organisation de festivals de films allemands à l'étranger, en partenariat avec le Goethe-Institut¹⁶
- Programme de courts métrages « Next Generation Short Tiger » (depuis 1998) : sélection de courts métrages présentés en avant-première au festival de Cannes puis circulation en festivals à travers le monde et mise en ligne sur FestivalScope et T/Port¹⁷
- Information en ligne sur les films allemands disponibles à travers le monde (via le [site](#) de German Film ou en partenariat avec le site [Telescope](#))
- Balados en anglais de German Film : [Short Take](#) et [Deep Dive Genre](#)

4. Quelques chiffres

- Augmentation du nombre de productions allemandes¹⁸ à l'étranger entre 2022 et 2023, de 462 à 524, mais diminution du nombre de territoires (de 77 à 66).¹⁹
- Augmentation des revenus générés à l'international en 2023 : 121M€ contre 107M€ en 2022
- Augmentation du nombre de spectateurs : 18,7M en 2023, contre 14,6M en 2022

¹³ <https://www.german-films.de/distribution-support/>

¹⁴ <https://www.german-films.de/submission-support/festival-travel-support/>

¹⁵ <https://www.german-films.de/submission-support/festival-travel-support/travel-support-feature-film/>

Selon l'importance du festival et la couverture médiatique

¹⁶ <https://www.goethe.de/ins/ca/en/kul/film.html>

¹⁷ <https://www.german-films.de/activities/next-generation-short-tiger/>

¹⁸ Majoritaires et minoritaires

¹⁹ [Rapport annuel 2023](#)

COREE DU SUD

1. Opérateurs

Trois opérateurs principaux œuvrent au rayonnement du cinéma, de l'audiovisuel, et plus généralement de la culture sud-coréenne à l'international :

- KOFIC (Korean Film Council) : agence créée en 1973, dépendante du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme, en charge du soutien à l'industrie cinématographique. Son mandat : définir des politiques et soutiens pour la production et la distribution, de façon à permettre sa croissance. Dans le cadre de ce mandat, KOFIC est aussi en charge de la promotion internationale du cinéma coréen.

Budget annuel (2020) : 101,5 Mds KRW (113M\$)

- KOCCA (Korea Creative Content Agency)²⁰ : créée en 2009, l'agence opère sous la tutelle du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme, et est en charge de l'audiovisuel²¹. Sa mission : promouvoir l'industrie du contenu (tous sauf le cinéma) pour faire de la Corée une puissance culturelle. Parmi ses objectifs stratégiques :

- Améliorer la compétitivité des entreprises de contenu (par le biais du soutien de la globalisation du contenu coréen. Voir détails dans « Services et actions »)
- Faciliter la croissance future de l'industrie

Budget annuel (2023) : 623,8 Mds KRW (648M\$)²²

- KOFICE (Korean Foundation for International Cultural Exchange) : créée en 2003, l'agence est sous la tutelle du ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme et est en charge des échanges culturels internationaux afin de connecter la Corée au monde via la culture. Ses principaux objectifs sont :
 - Interconnecter les gouvernementaux centraux, locaux et le secteur privé
 - Planifier et soutenir les projets d'échanges culturels mutuels adaptés à chaque région
 - Former des experts dans le domaine des échanges culturels internationaux
 - Être l'institut de référence en matière de recherche et d'étude sur les échanges culturels internationaux

²⁰ <https://www.kocca.kr/en/main.do>

²¹ KOCCA s'est vu confier les mandats de trois agences distinctes qui existaient avant 2009 : la Korea Game Agency, le Korean Broadcasting Institute et la Korea Culture and Content Agency. La motivation de cette fusion était qu'avoir une agence globale permettrait de mieux faire face aux dernières évolutions du secteur, incluant la convergence des médias et la numérisation. Voir note de bas de page #34, page 96 de la [thèse](#) de Taeyoung Kim - Simon Fraser University - 2021)

²² <https://www.koreaherald.com/article/3023848>

2. Points saillants

- K-content = musique, audiovisuel, cinéma, jeux vidéo, immersif, BD numérique.
- Les débuts du rayonnement international du contenu culturel coréen ont commencé dans les années 1990, avec un premier plan de développement culturel initié par le Gouvernement et le succès de la musique et des séries en Asie. Ensuite, le développement des plateformes comme YouTube a accéléré la globalisation (Gangnam Style devient la première vidéo à atteindre le milliard de vues). Les groupes de K-Pop ont pris le relais. Puis l'accessibilité des séries coréennes sur des plateformes étrangères (Netflix) a permis à la production coréenne de toucher un public mondial.
- Les plans stratégiques et politiques s'accompagnent d'un soutien financier et réglementaire constant, quelle que soit l'alternance politique.
- La complémentarité des mandats des deux agences KOCCA et KOFICE renforcent les dispositifs et initiatives, notamment grâce au rôle transversal et d'influence de KOFICE.
- La présence de la Corée à l'international joue aussi un rôle clé : au niveau institutionnel avec les centres culturels coréens et les 25 bureaux de KOCCA à travers le monde²³, mais aussi via la diaspora qui facilite la circulation et la popularité du contenu coréen (en particulier auprès des jeunes).
- La volonté politique alliée au financement disponible permet de développer des titres (IP) forts, de haute qualité et dont les thèmes et enjeux universels permettent un rayonnement international.
- La Corée a su capitaliser sur sa spécificité culturelle, en faisant de l'Hallyu (vague coréenne) une marque, que les adeptes de K-Pop, de séries, mais aussi de mode, de maquillage ou de nourriture²⁴, relaient à travers le monde, en particulier chez les jeunes.
- Le type de musique et de contenu audiovisuel est propice au développement de communautés de fans, puissants promoteurs de la culture coréenne.
- Le modèle coréen diffère des stratégies de déploiement et rayonnement international occidentales : effet de convergence (et de renforcement) entre les différents secteurs culturels, prise en compte des technologies et nouvelles tendances de consommation des biens culturels, utilisation de l'Hallyu comme d'une marque.
- Quelques ombres au tableau à surveiller :

²³ <https://www.kocca.kr/en/main.do>

²⁴ Il est intéressant de noter que même la cuisine coréenne se voit concerner par l'Hallyu dans le [Livre Blanc 2023](#) de KOFICE

- Crainte d'une augmentation des coûts de production (talents et équipes et tournage)
- La production doit s'ajuster aux évolutions du secteur OTT (création de saisons, consolidation contractuelle avec les talents...)
- Clivage croissant entre les productions de grande ampleur visant le marché international et celles conçues pour le marché local

3. Services et actions

KOFIC (cinéma) :

- Soutien au développement international : soutien à la participation des films coréens en festivals et marchés, opérations de promotion et de service de réseautage professionnel dans différents événements²⁵
- KoBiz (Korean Film Biz Zone)²⁶ : site internet et base de données. Information sur les films déjà sortis, les films en production, le secteur professionnel, les festivals. Publication de chiffres et rapports
- Campagnes promotionnelles des talents coréens

KOCCA (audiovisuel, jeux vidéo, immersif...) :

- Soutien à la collaboration et à la coproduction internationale : développement des relations avec les plus importants joueurs internationaux (Netflix, Disney, HBO)
- Soutien au développement international des start-up et des nouveaux médias (VR...)
- Nombreux événements pour aider au développement (IP Content Market)²⁷ et à l'exportation du contenu coréen (K-content expo, BCWW - Broadcast WorldWide, KNOCK - Content pitching platform, K-expo)²⁸
- Accompagnement à l'étranger grâce à des centres d'affaire situés sur des territoires clés (Asie, Etats-Unis, France, Émirats arabes unis, Russie)
- Accompagnement sur mesure :
 - Veille et information sur les tendances internationales
 - Marketing
 - Consultation sur les compétences en matière d'export
 - Soutien à la traduction et localisation

KOFICE (échanges culturels internationaux)²⁹ :

- Création et développement d'un réseau autour de l'Hallyu (comité, événements bilatéraux...)

²⁵ <https://www.koreanfilm.or.kr/eng/main/arf.html>

²⁶ http://www.koreanfilm.or.kr/eng/news/boxOffice_Daily.jsp?mode=BOXOFFICE_DAILY

²⁷ <https://ipmarket.kr/eng/introduce/02.php>

²⁸ <https://welcon.kocca.kr/en/event/kocca>

²⁹ http://eng.kofice.or.kr/what_we_do/what_we_do_1.asp

- Soutien aux échanges culturels internationaux (programmes d'échanges culturels entre pays)
- Organisation des festivals internationaux Hallyu et soutien aux communautés Hallyu
- Coopération internationale en culture (CPI)³⁰ : des professionnels en culture de pays en développement invités à participer à des programmes de formation
- Collaboration et renforcement des compétences professionnelles (en partenariat avec les centres culturels coréens, stages à l'étranger, ateliers pour échanger sur les dernières tendances culturelles, etc.)

4. Quelques chiffres³¹

- En 2022, les exports de K-content ont atteint 13,24 Mds USD, une augmentation de 6,3% par rapport au 12,45 Mds USD de 2021³²
- Les entreprises coréennes ont exporté 151,9 Mds KRW (152M\$ CAD) vers les nouveaux grands marchés de la télédiffusion à l'étranger en 2023
- La série diffusée sur Netflix « The Glory » s'est classée au troisième rang des titres les plus regardés dans le monde en 2023 avec 622,8M d'heures regardées.
- La série « King the Land » disponible sur Netflix a été la 9^{ème} émission la plus populaire sur la plateforme en 2023 selon FlixPatrol et est restée dans le top 10 non seulement en Asie, mais aussi dans d'autres pays tels que le Pérou, la Bolivie, le Pakistan, el Nigeria et l'Arabie Saoudite
- Squid Game est la série de Netflix la plus regardée en 2021 avec 1,65 Mds d'heures visionnées au cours de ses premiers 28 jours³³
- « Parasite », le film de Bong Joon-ho cumule les premières : premier film coréen à recevoir la Palme d'or cannoise, premier film coréen à être nommé aux Oscars, et premier film étranger en langue non anglaise à recevoir l'Oscar du meilleur film

Quelques lectures complémentaires :

[Livre blanc Hallyu 2023](#) (publié par KOFICE)

[Thèse sur les rôles de l'État dans le développement des industries culturelles : les politiques de l'industrie culturelle coréenne entre 1993 et 2021](#)

[Rapport d'UN Trade & Development](#) « K Content goes global »

[Article](#) « Mesurer l'impact économique d'Hallyu : ne pas partir du bon pied »

[Dossier MPA](#) sur le succès du contenu coréen

³⁰ https://www.kofice.or.kr/helloapi/html/01_cpi/cpi_01_01.html

³¹ La majorité des chiffres provient du [Livre Blanc 2023 de KOFICE](#)

³² <https://en.yna.co.kr/view/AEN20240105002400315?section=culture/arts-culture>

³³ <https://gjia.georgetown.edu/2024/06/11/sympathy-for-the-k-drama/>

DANEMARK

1. Opérateur(s) :

- L'institut du film danois (Danish Film Institute - DFI)
 - Créé en 1972, et opérant sous la tutelle du ministère de la Culture, le DFI était initialement concentré sur le soutien de la production de longs métrages de fiction. Les documentaires relevaient du mandat de l'Office national du film danois. La fusion a finalement eu lieu en 1997. Depuis, le DFI a pour mandat de soutenir tous les genres, du développement à la distribution et la promotion internationale. Le DFI est régi par des conventions pluriannuelles de quatre ans avec le Gouvernement.
 - Budget annuel (2024) : 622M DKK (125M\$). Auxquels s'ajoutent en 2025 un montant de 98M DKK (19M\$ provenant du mécanisme de contribution des streamers³⁴
 - Création d'un Institut du film du Groënland à compter de 2026, dont l'une des missions sera de promouvoir l'industrie groenlandaise et générer des ventes à l'étranger³⁵
 - Indicateurs et objectifs chiffrés accompagne les politiques de soutien à l'international (8 à 10 longs métrages et 10 à 12 documentaires sélectionnés en festival par années)³⁶
 - Le DFI est membre de l'EFP (European Film Promotion)
- Le Nordisk Flim & TV Fond est un opérateur qui soutient l'industrie nordique. Soutien financier au rayonnement exclusivement au sein de la région : soutien à la distribution (dans les pays nordiques) et aide au doublage pour les contenus jeunesse³⁷. C'est l'opérateur de la transnationalisation réussie.

2. Points saillants

- La transnationalisation (région nordique et EU) a été une étape intermédiaire clé qui a permis l'internationalisation du Danemark. Cette transnationalisation a été accompagnée et soutenue financièrement par tous les gouvernements et institutions de la région nordique.
- Marché national restreint, mais un rayonnement international aidé par l'histoire du cinéma local (Dogma 95) et des noms mondialement connus : Lars von Trier, Susanne Bier, Thomas Vinterberg, Nicolas Winding Refn.

³⁴ <https://nordiskfilmogtvfond.com/news/stories/danish-film-agreement-2024-2027-secures-biggest-funding-in-decades-for-industry>

³⁵ <https://nordiskfilmogtvfond.com/news/stories/greenlands-first-film-institute-to-be-launched-in-2026>

³⁶ <https://www.dfi.dk/en/english/news/danish-film-agreement-2024-27-strong-film-nation>

³⁷ <https://nordiskfilmogtvfond.com/funding/applying-for-funding>

- La transnationalisation, puis l'internationalisation a d'abord concerné le cinéma danois, mais a permis à l'audiovisuel de connaître un succès fulgurant vers la fin des années 2000 avec des séries comme « Forbrydelsen » (The Killing), « Borgen » et « Bron/Broen »³⁸.
- Dans le cadre de la convention 2024-2027 avec le Gouvernement (« Une nation cinématographique forte »)³⁹, les pouvoirs publics ont décidé de mettre en place un comité pour l'avenir du cinéma danois pour examiner l'avenir et veiller à ce que les subventions danoises renforcent la production cinématographique danoise dans la concurrence internationale. Le comité intégrera également dans ses travaux les expériences de pays similaires. Les joueurs importants ayant un impact sur le cinéma danois seront impliqués dans les travaux de la commission. Le rapport final se présentera en 2026.
- A la traîne par rapport à d'autres pays européens, le Danemark a confirmé une série d'incitatifs à partir de 2026 pour attirer les tournages étrangers⁴⁰

3. Services et actions

- Présence du DFI dans les festivals et marchés internationaux majeurs, en tant que DFI ou sous la bannière des Five Nordics
- Soutien festivals des films danois :
 - Les producteurs et/ou agents de ventes peuvent s'adresser au DFI pour qu'il se charge de la distribution du film en festival. Le DFI évalue un certain nombre de critères pour déterminer s'il prend le film⁴¹. Si l'évaluation est positive, il y a une cession de droit au DFI pour la distribution en festivals. Le DFI offre alors aux producteurs et vendeurs un accompagnement sur mesure dans l'identification des festivals, la gestion du processus d'inscription, et des conseils et recommandation en cas de sélection.
 - Une liste des festivals « prioritaires » est mise à jour chaque année, qui identifie les festivals selon les types de films sélectionnés et s'ils sont propices à un lancement international des titres⁴²
 - Autres soutiens : les films qui ne sont pas sélectionnés pour la distribution en festivals, mais qui sont sélectionnés dans un festival prioritaire selon le DFI peuvent demander une aide au transport et à l'hébergement, à la promotion et mise en marché, et au sous-titrage

³⁸ Voir Section « quelques chiffres » ci-après

³⁹ <https://www.dfi.dk/en/english/news/danish-film-agreement-2024-27-strong-film-nation>

⁴⁰ <https://nordiskfilmogtvfond.com/news/stories/danish-production-rebate-to-be-introduced-in-2026>

⁴¹ Public cible, originalité, diversité, thèmes, qualité, les talents, les résultats internationaux antérieurs pour le réalisateur, les acteurs, le producteur, etc., les tendances internationales parmi les films de festivals et l'agent de vente international. (voir [convention](#) en danois)

⁴² <https://www.dfi.dk/stoette/filminstituttets-liste-over-prioriterede-internationale-festivaler> (en danois)

- Les films nommés à certains prix internationaux peuvent recevoir un soutien financier (transport, hébergement)
- Sensibilisation des publics étrangers à l'audiovisuel danois : auparavant organisé en partenariat avec les ambassades, la sélection du DFI pour les ambassades a été absorbée dans l'offre d'un nouveau site mis en place en 2023 : Watch Danish Films⁴³. Ce site recense les films danois disponibles à l'étranger et où ils peuvent être vus (salles, plateformes, etc.)
- Soutien à la coproduction internationale⁴⁴

4. Quelques chiffres

- Les films danois se démarquent à l'international, en festivals comme dans les cérémonies de remise de prix :
 - La coproduction danoise majoritaire « The Girl with the Needle » est nommé aux Oscars 2025 dans la catégorie Meilleur film étranger, après avoir été présentée à Venise puis Toronto
 - « The Apprentice » d'Ali Abassi (co-production minoritaire) sélectionné à Cannes et dans de nombreux festivals
 - « Another Round » de Thomas Vinterberg sélectionné à Toronto en 2020 (et dans la liste de Cannes 2020, le festival n'ayant pas eu lieu pour cause de pandémie)
 - Au cours des 10 dernières années, sept films danois (coproductions majoritaires ou minoritaires) ont été sélectionnés à Cannes⁴⁵
- Quant aux séries, « Forbrydelsen » (The Killing – 2007) a été vendu dans une centaine de territoires sur tous les continents, y compris en Afghanistan et Argentine, Tadjikistan et au Guatemala, en Iran et au Mozambique (DR International Sales 2013, ZDF Enterprises 2013)

⁴³ <https://www.danishfilms.dk/home>

⁴⁴ <https://www.dfi.dk/en/english/funding>

⁴⁵ <https://www.dfi.dk/branchen/tal-og-fakta/cannes>

ESPAGNE

1. Opérateur(s)

- ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales)⁴⁶ : organisme en charge des politiques de soutien à l'industrie des écrans (cinéma et audiovisuel). Sous la tutelle du Secrétariat d'État à la Culture, l'ICAA soutient l'industrie pour la production et la distribution, veille à la préservation et à la diffusion du patrimoine, accompagne la formation du secteur, entretient et développe les relations internationales avec les autres pays, et coopèrent avec les régions espagnoles. Budget annuel de 185,92M€ en 2023⁴⁷.
- ICEX : L'Institut espagnol du commerce extérieur est une agence qui dépend du ministère de l'Industrie, du Tourisme et du Commerce. Soutient la promotion et l'internationalisation du secteur espagnol en coordination avec l'ICAA⁴⁸.

2. Points saillants

- AVS Hub Plan : Plan de développement stratégique ambitieux. En lançant ce plan de 1,6 milliards d'euros sur cinq ans (2021-2025) pour soutenir le développement du secteur audiovisuel, le Gouvernement reconnaît le rôle stratégique de l'industrie audiovisuelle et cinématographique, de par son rayonnement mondial, la création d'emploi générée et son potentiel de modernisation grâce à la numérisation
- 240M€ des 1,6 milliards d'euros sont fléchés sur le premier des quatre axes du plan, celui qui inclut les mesures de promotion et d'internationalisation
- Tous les genres sont concernés par le plan (cinéma, tv, jeux et immersif, contenu vidéo)
- Gouvernance interministérielle du plan (13 ministères impliqués, un record)
- Approche stratégique globale du plan qui combine à la fois audiovisuel et numérique (IA, 5G, etc.)
- L'Espagne a su capitaliser sur le pouvoir d'attraction du contenu espagnol (avéré avant et pendant la pandémie) et combiner les aides nationales et régionales mises en place suite à la pandémie (soutiens régionaux, plan de redressement national, Fonds "Next Generation" de l'UE)
- En parallèle du lancement du plan, le développement d'incitatifs régionaux s'est accentué
- Vaste champ de déploiement du plan pour optimiser les effets : développement des compétences, instruments financiers et incitatifs, visibilité de la marque Espagne à l'étranger, mise en valeur de la diversité des territoires
- Efforts de modernisation des structures et instruments existants et mise en place des outils et dispositifs identifiés comme manquants
- Importance accordée à la donnée et au travail de veille pour mieux comprendre le secteur et son évolution

⁴⁶ <https://www.cultura.gob.es/en/cultura/areas/cine/sobre-el-icaa.html>

⁴⁷ <https://www.europeanfilmagencies.eu/members/institute-of-cinematography-and-audiovisual-arts>

⁴⁸ <https://www.investinspain.org/en/industries/audiovisual>

- Stratégie de communication et de promotion offensive : l'Espagne s'est invitée dans tous les grands événements mondiaux, tout en bénéficiant d'une large couverture médiatique internationale (voir les nombreux articles dans la presse professionnelle internationale : Variety, Screen, the Hollywood Reporter...)

3. Services et actions

- AVS Hub Plan⁴⁹ propose 15 mesures au sein de 4 grands axes. Le premier axe inclut les mesures liées à la promotion et l'internationalisation :
 - Création du portail dédié Spain Audiovisual Hub⁵⁰ pour présenter du contenu d'intérêt tant pour l'industrie audiovisuelle espagnole que pour les entreprises étrangères qui souhaitent produire en Espagne.
 - (dans le cadre de la Mesure 2) Programme pour la promotion, la modernisation et la numérisation du secteur audiovisuel :
 - Mise en place et/ou amélioration de plateformes dédiées à la production et distribution de contenu espagnol pour aider l'export
 - Utilisation des technologies numériques appliquées à la production, y compris dans l'observation et la compréhension des auditoires
 - Accélération et renforcement de l'Espagne comme lieu stratégique pour les tournages, l'animation, les effets visuels, le jeu vidéo et la création numérique
 - (dans le cadre de la Mesure 3) Programme pour la promotion et l'internationalisation du secteur:
 - Soutien à la participation à des festivals, marchés, événements
 - Renforcement des investissements et soutiens de ICEX et ICAA pour la promotion et l'internationalisation
 - Soutien à l'animation, au jeu vidéo et à l'eSport
 - Mise en place de nouveaux instruments pour la promotion internationale, le marketing numérique (outils B2B et B2C pour un accès facilité au contenu)
 - Création d'un espace dédié aux ventes et achats de droits, avec une attention aux marchés latino-américains
 - Soutien à la distribution de projets en coproduction
 - Augmentation de la participation espagnole au programme Ibermedia
 - (dans le cadre de la Mesure 4) Programme pour attirer les tournages et investissements étrangers
- Organisation des Spanish Screenings XXL, le programme d'internationalisation du secteur audiovisuel qui vise à renforcer le rôle de l'Espagne comme centre audiovisuel en Europe. Le programme propose des projections, des activités professionnelles, du réseautage, la mise en relation avec les professionnels

⁴⁹ <https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/ministerio/ficheros/Espana-hub-audiovisual-en.pdf>

⁵⁰ <https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/en/home>

internationaux, etc. Soutenu par l'ICAA, le ministère de la Transformation numérique, l'ICEX, le festival de Malaga et celui de San Sebastian. Quatre axes d'initiatives⁵¹ :

- Projections (à Malaga)
 - Financement et technologie (à San Sebastian, en lien avec les activités existantes du festival)
 - Tournée internationale
 - « Spanish Screenings 360 »
- Stratégie de communication intensive avec l'Espagne comme pays à l'honneur dans des événements clés, mais aussi forte présence en festivals et marchés, et une campagne de communication dédiée "Spain, where talent ignites"⁵² créée par l'ombrelle Audiovisual from Spain elle-même initiée par ICEX⁵³
 - Soutiens de l'ICAA⁵⁴:
 - Participation des films et talents espagnols en festivals et marchés (y compris espagnols)
 - Service aux inscriptions des films espagnols dans différents festivals internationaux. Renforcement des relations avec les festivals et programmeurs pour augmenter la visibilité des films espagnols
 - Communication et promotion : Présence d'un pavillon espagnol dans les plus grands événements mondiaux pour renforcer la visibilité des films, aider à la logistique et au réseautage sur place, organiser ou participer à des conférences thématiques, communication sur les films espagnols sélectionnés
 - Soutien à des festivals et marchés espagnols qui participent au rayonnement de l'industrie locale en accueillant les professionnels internationaux

4. Quelques chiffres

- L'Espagne est au 6^{ème} rang de l'Union européenne en matière de nombre de contenus produits. Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, l'Espagne figure parmi les cinq principaux exportateurs de films V&D (TVOD ou PPV)⁵⁵
- L'Espagne voit ses productions connaître un grand succès sur les plateformes. Selon les chiffres de Netflix (2023), quatre des dix films en langue non anglaise viennent d'Espagne⁵⁶ Selon les chiffres de 2021, sur Netflix : « Money Heist »

⁵¹ <https://spanishscreenings.online/about#ontour>

⁵² <https://spainwheretalentignites.com/>

⁵³ <https://www.audiovisualfromspain.com/en/about-us>

⁵⁴ <https://www.cultura.gob.es/en/cultura/areas/cine/promocion-internacionalizacion/festivales-mercados.html>

⁵⁵ <https://www.investinspain.org/en/industries/audiovisual>

⁵⁶ <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/netflix-data-dump-one-piece-2nd-half-2023-1235907384/>

(partie 4) vue par 65M de foyers, « The Platform » (56M), « Below Zero » (47M) et « Elite » (Saison 4) 37M.⁵⁷

- Selon un rapport de Parrot Analytics et l'ICEX publié au MIPCOM 2024, « Society of the Snow » a été le deuxième titre contribuant le plus au renouvellement des abonnements Netflix, et le quatrième contribuant aux nouveaux abonnements⁵⁸
- Le même rapport indique que les contenus espagnols ont généré 5,1 Mds de dollars (USD) sur les quatre dernières années (hors 2024), et qu'ils devraient générer 1,4 Mds en 2024.
- Toujours selon Parrot Analytics, la demande mondiale de contenus espagnols d'une année sur l'autre de 2023 à 2024 a connu une croissance exponentielle dans toutes les régions, en particulier : Europe +73%, Afrique +67%, Asie +100%, Océanie + 175%⁵⁹
- L'Espagne a été le pays à l'honneur de plusieurs événements majeurs ces derniers mois : Marché du film de Cannes (2023), Locarno Open Doors (2024), MIPCOM (2024), EFM Berlin (2025)

⁵⁷ <https://variety.com/2021/film/news/netflix-pedro-almodovar-parallel-mothers-latin-america-1235102733/>

⁵⁸ <https://www.hollywoodreporter.com/t/netflix/>

⁵⁹ <https://variety.com/2024/film/global/icex-parrot-analytics-mipcom-society-of-the-snow-nowhere-1236183527/>

FRANCE

1. L'opérateur : Unifrance

- Structure associative mais exerce sous le contrôle des pouvoirs publics (CNC)
- Ses adhérents sont les joueurs clés de l'écosystème et représentent : production, exportation, réalisation, scénarisation, distribution artistique, composition musicale, agences artistiques, pour le cinéma, l'audiovisuel et l'immersif
- Système de financement diversifié : financement public via le CNC et le ministère des Affaires étrangères, cotisation des membres (1590€/an pour les entreprises – 2380\$), vente de services, soutien des sociétés de gestion collective, de la copie privée, et partenariats privés. Budget annuel d'environ 16M€⁶⁰
- Fait bénéficier ses membres d'une fine connaissance du marché et de ses joueurs et d'une riche offre d'accompagnements et de services
- Possède trois bureaux de représentation à l'étranger : New York, Japon (pour la région Corée du Sud-Japon-Asie du Sud Est), Pékin

2. Points saillants

- Avant de regarder de plus près le travail d'Unifrance pour promouvoir le cinéma et l'audiovisuel à l'international, il est important de prendre en compte l'environnement favorable dans lequel s'inscrit ce travail de promotion :
 - Fruit d'une tradition et d'une volonté politique de longue date, la promotion et l'exportation de la culture française à l'international est un outil de soft power, dans laquelle s'inscrit la promotion du cinéma et de l'audiovisuel.
 - Un maillage étendu et identifié d'opérateurs est en charge de ces politiques de promotion (Attachés culturels et audiovisuels en ambassades, Instituts français, Alliances françaises...)
 - Une partie du travail de promotion commence sur le territoire français. Cannes, Clermont Ferrand, Annecy et Série Mania, qui sont les plus grands festivals mondiaux dans leur genre respectif, auxquels s'ajoutent des marchés tout aussi établis, permettent à la France d'accueillir toute l'industrie mondiale sur son sol plusieurs fois par an.
 - Le secteur cinématographique et audiovisuel bénéficie d'un système de financement unique et généreux qui fait de la France un partenaire attirant pour les professionnels étrangers
 - La structuration de l'industrie nationale permet une réglementation favorable qui participe au rayonnement⁶¹

⁶⁰ <https://www.screendaily.com/news/unifrance-secures-funding-from-corporate-giants-to-promote-french-films-around-the-world/5200956.article>

⁶¹ Ainsi, le décret d'application de la directive européenne SMA pour la contribution des plateformes de SVàD exige des plateformes que leurs catalogues contiennent au moins 60% d'œuvres européennes et 40% d'œuvres d'expression française, contre « seulement » 30% recommandés par la directive ([Arcom](#))

- Le secteur peut s'appuyer sur un opérateur établi depuis longtemps (Unifrance créé en 1949), dont le rôle a été consolidé par la fusion avec TVFI (précédent organisme de promotion internationale de l'audiovisuel) et l'ajout des œuvres immersives dans son mandat depuis 2021
- Ensemble de facteurs permet le succès d'Unifrance : combinaison d'événements, de communication, et d'outils de connaissance du marché associée à la gouvernance (Unifrance représente une large part du secteur, et est présidée par l'ancien PDG du groupe TF1 et dirigée par l'ancienne présidente de l'association des exportateurs de film et ancienne trésorière d'Europa International)

3. Services et actions

- Soutien à l'export :
Présence sur les principaux festivals et marchés internationaux (Berlin, Série Mania, MIP, Cannes, Annecy, Locarno, Venise, Toronto, San Sebastian, MIA, IDFA, Busan, ATF...). La Terrasse Unifrance à Cannes et les Clubs Unifrance à Venise, Busan et San Sebastian permettent d'accueillir les talents, les producteurs et partenaires, et d'organiser les rencontres presse et autres événements.
Dispositifs de mise en réseaux, soutien aux déplacements, organisation de rencontres avec la presse
- Organisation d'événements :
 - Professionnels :
 - Les Rendez-vous d'Unifrance. Deux événements phare en France : Paris (janvier) et Le Havre (septembre)⁶² pour offrir un espace privilégié de visionnage et de rendez-vous entre les producteurs/vendeurs et les acheteurs internationaux invités par Unifrance. Des rencontres presse sont aussi organisées.
 - Des déclinaisons existent à l'étranger : Les Rendez-vous d'Unifrance à New York⁶³ (mars).
 - Organisation de la Journée de l'export⁶⁴ (5ème édition en 2025) dans le cadre des Rendez-vous de Paris : une journée de tables rondes sur l'état du cinéma et l'audiovisuel français dans le monde et questions autour de la distribution.
 - Présentation de la relève avec la campagne « 10 to Watch » en partenariat avec Screen International⁶⁵

⁶² [Paris et Le Havre](#)

⁶³ [Rendez-vous with French Cinéma](#)

⁶⁴ [Journée de l'Export](#)

⁶⁵ [10 to Watch 2024](#)

- Public :
MyFrenchFilmFestival⁶⁶: festival compétitif en ligne qui présente les œuvres de jeunes cinéastes francophones (principalement français) en partenariat avec plus de 70 plateformes VOD à travers le monde. Tarif : 1,99€/film ou 7,99€ pour tout le festival. Sous-titrage en huit langues. Plusieurs jurys : jury international avec remise de prix doté, jury de la presse internationale, jury des créateurs de contenu, prix du public.
- Communication et visibilité des œuvres, talents et professionnels :
 - Site internet et catalogues complets⁶⁷ avec des fiches film. Dans le cadre des Rendez-vous, fiche des œuvres qui seront présentées et une liste de tous les participants avec leurs contacts
 - Création de contenu pour les campagnes promotionnelles
 - Rapports chiffrés sur l'industrie française et la performance à l'étranger
 - Prix Unifrance de la distribution⁶⁸, destiné à récompenser une société de distribution étrangère dont la campagne de promotion et de sortie pour un film français aura été jugée particulièrement ambitieuse et innovante
 - Mise en lumière du savoir-faire français : actions en faveur de la relève (court-métrage), mise en lumière d'œuvres innovantes (XR)
- Financement : aide à la distribution des films français à l'international (CNC et Unifrance)⁶⁹ et aide à la coproduction (ex : Aide aux Cinémas du Monde - ACM⁷⁰)
- Intelligence économique, collecte de données et développement du réseau professionnel : équipe dédiée pour une veille en profondeur, la mise à jour de la base de données acheteurs, les préparations et suivis des Rendez-vous d'Unifrance afin d'offrir un accompagnement sur-mesure pour faciliter les ventes internationales
- Outils :
 - Screening room⁷¹
 - Base de données : films / acheteurs et professionnels / festivals et marchés. Certaines informations sont accessibles uniquement pour les membres

⁶⁶ [MyFrenchFilmFestival](#)

⁶⁷ [Site](#) et [catalogue](#) (ex : les rendez-vous de Paris)

⁶⁸ [Prix Unifrance de la distribution](#)

⁶⁹ [Aide à la distribution](#)

⁷⁰ https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/aide-aux-cinemas-du-monde_190862

⁷¹ <https://screeningroom.unifrance.org/>

4. Quelques chiffres

Quelques chiffres provisoires communiqués lors des Rendez-vous d'Unifrance à Paris en janvier qui donnent à voir le rayonnement de l'industrie française à l'international en 2024 (estimations)⁷² :

- Cinéma : 250 films inédits, 38,1M d'entrées salle à l'étranger⁷³, 250,2M d'euros de recettes
- Plateformes SVAD : La France est la 5^{ème} nationalité la plus représentée sur les plateformes à l'international parmi les nouvelles sorties d'œuvres étrangères
- TV : La France est la 3^e nationalité la plus représentée sur les chaînes de télévision à l'international parmi les premières diffusions d'œuvres étrangères
- En festivals : La France est la 1^{re} nationalité la plus représentée dans les 10 festivals internationaux majeurs (avec 22,8 % des longs-métrages récents sélectionnés dans les 10 festivals internationaux majeurs qui sont français)

⁷² [Rapport Unifrance](#) : Les œuvres françaises à l'international en 2024

⁷³ Loin du pic de 2017 toutefois, où le nombre d'entrées avait atteint 83,7M

ROYAUME-UNI

1. Opérateur(s)

- British Council Film⁷⁴ : Branche du British Council dédiée à l'industrie des écrans. Le British Film Council a la charge de la promotion de l'innovation, de la diversité, de la créativité et de l'excellence de l'industrie cinématographique et audiovisuelle britannique à travers le monde. Au même titre que son organisme-mère, le British Film Council entretient et développe les collaborations internationales. Le British Council est un organisme de bienfaisance régi par une charte royale qui reçoit du financement du Gouvernement, tout en étant indépendant.

Le British Film Council est membre de l'EFP (European Film Promotion)

- British Film Institute (BFI) : Principale organisation de soutien à l'industrie des écrans au Royaume Uni. Il accompagne le développement créatif et l'émergence de la relève, gère les archives nationales du film et de l'audiovisuel, et participe à la diffusion des œuvres auprès d'un large public. Il administre et distribue les fonds issus de la National Lottery destinés à l'industrie des écrans. Une partie des fonds de la National Lottery sont alloués à la promotion internationale via le volet « National Lottery International Connections Fund », dont le budget annuel s'élève à 1,2M£ (2,1M\$)⁷⁵. La plus importante source de financement pour l'international provient du Département de la Culture, des Médias et du Sport, via le UK Global Screen Fund (UKGSF) administré par le BFI. En 2025, le budget du UKGSF s'élève à 7M£ (12,5M\$)⁷⁶.

Les orientations stratégiques du BFI sont définies dans un plan stratégique de 10 ans. Une des orientations de celui en cours, Screen Culture 2033, est le développement du succès international d'ici 2033⁷⁷

Au même titre que le British Film Council, le BFI est organisme de bienfaisance régi par une charte royale, qui reçoit une aide gouvernementale de la part du Département de la Culture, des Médias et du Sport.

2. Points saillants

- Stratégie de promotion internationale robuste et proactive quant aux évolutions du secteur avec un accompagnement multi-facette : soutien financier, ressources pour les professionnels pour comprendre le marché et développer une stratégie internationale, outils de découvrabilité du contenu britannique

⁷⁴ <https://film.britishcouncil.org/about/our-work>

⁷⁵ https://blog.bfi.org.uk/wp-content/uploads/2022/09/BFI_Screen-Culture-Funding-Plan.pdf

⁷⁶ <https://www.screendaily.com/news/uk-global-screen-fund-to-receive-7m-funding-as-government-brings-forward-apprenticeship-reform/5200873.article>

⁷⁷ <https://www.bfi.org.uk/strategy-policy>

- Nombreux soutiens et accompagnements : il peut être difficile de s'y retrouver au vu de la profusion
- Quelques redondances entre les opérateurs et une certaine difficulté à identifier les éventuelles complémentarités (ex : aide au marketing de l'Irlande du Nord et les aides du British Film Council pour la relève)
- Talents mondialement connus et présents dans de nombreuses productions (y compris non britanniques) et coproductions : participent au rayonnement britannique

3. Services & actions

- British Film Council :
 - Collaboration avec les équipes de sélection de certains festivals et marchés pour leur présenter les derniers films britanniques⁷⁸
 - Aides au transport pour assister à des festivals et marchés⁷⁹
 - Gestion de la base de films britanniques UK films⁸⁰
 - Ressources et information pour aider les professionnels britanniques à développer leur stratégie internationale⁸¹
- British Film Institute (BFI) : le soutien du BFI à la promotion internationale s'opère via le « UK Global Screen Fund » (UKGSF) financé par le Département britannique de la Culture, des Médias et du Sport. Ce fonds vise à stimuler les opportunités de développement, production, distribution et promotion à l'international pour tous les types de contenu : film, audiovisuel, documentaire, animation, jeux interactifs.

Les différents dispositifs de promotion :

- Présence en festivals et événements
- Financement :
 - Volet développement des entreprises à l'international⁸² : aider les entreprises qui misent sur l'exportation et l'expansion internationale
 - Volet coproduction internationale⁸³ pour les producteurs de film et de télé (documentaire et animation)
 - Soutien à la vente : subvention de 25K£ (44,7K\$) pour des activités spécifiques de marketing et de ventes
 - Soutien au lancement en festival⁸⁴ : aide pour le marketing et la promotion, soutien financier pour la technique et la logistique

⁷⁸ <https://film.britishcouncil.org/opportunities/screen-film>

⁷⁹ <https://film.britishcouncil.org/opportunities/travel-grants-fund>

⁸⁰ <http://film-directory.britishcouncil.org/british-films-directory>

⁸¹ <https://film.britishcouncil.org/resources/how-to-guides/promote-your-film-internationally>

⁸² <https://www.screenuk.org/industry/article/international-business-development---ukgsf/>

⁸³ <https://www.screenuk.org/industry/article/international-co-production---uk-global-screen-fund/>

⁸⁴ <https://www.screenuk.org/industry/article/festival-launch-support--ukgsf/>

- 
- Soutien marketing et technique⁸⁵ pour accompagner les sorties salles à l'étranger
 - Connection – Fonds international BFI National Lottery⁸⁶ : vise à aider les professionnels britanniques à assister à des marchés, festivals et événements professionnels identifiés par le BFI comme des opportunités pour le développement international
 - Screen UK : plateforme lancée en 2021 pour mettre en lumière et promouvoir le contenu britannique à travers le monde et encourager les coopérations internationales. Grâce à une collaboration accrue avec tous les organismes impliqués dans le rayonnement international du contenu britannique⁸⁷, Screen UK sert d'agrégateur de ressources avec pour cibles deux publics distincts : l'industrie et le grand public. A l'industrie, il offre toutes les ressources et informations sur le contenu, les financements, les lieux de tournage, etc. Au près du grand public, il promeut le contenu britannique et indique où il est disponible, tout en offrant du contenu de communication (entretiens sur tapis rouge, etc.)
 - Fonds « UK Focus » : aide aux organisateurs d'événements internationaux visant à mettre en lumière l'industrie du Royaume-Uni
 - Recherche et collecte de données⁸⁸
- D'autres soutiens sont offerts par certains fonds nationaux du Royaume-Uni, essentiellement des aides au transport et à l'hébergement en festivals et marchés (ex : Ecosse, Irlande du Nord)

4. Quelques chiffres

- Le Royaume-Uni est le second plus important exportateur d'émissions de télévision, et le quatrième plus important exportateur de films au monde⁸⁹
- En 2022-2023, les exportations d'émissions de télévision britanniques ont atteint un niveau sans précédent de 1,8 milliard de livres sterling (3,22 Mds \$), soit une hausse de 22% par rapport à l'année précédente.
- Pour la première fois, plus de la moitié des programmes ont été vendus à des plateformes de diffusion en continu et de vidéo à la demande (contre 39% l'année précédente)

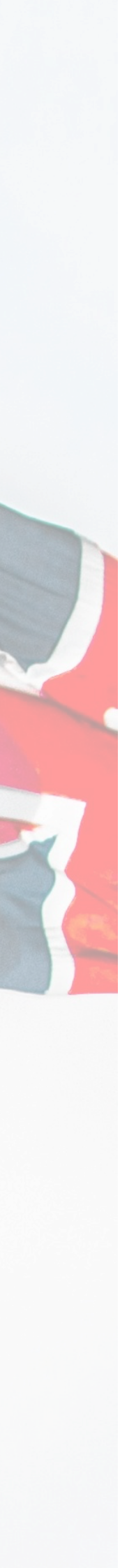
⁸⁵ <https://www.screenuk.org/industry/article/prints--advertising-support--uk-global-screen-fund/>

⁸⁶ <https://www.screenuk.org/industry/article/connections--bfi-national-lottery-international-fund/>

⁸⁷ [BFI National Lottery](#), [British Council](#), [British Film Commission](#), [Creative UK](#), [ScreenSkills](#), [Film London](#), [Screen Scotland](#), [Creative Wales](#), [North East Screen](#), [Film Cymru](#), [Northern Ireland Screen](#), [Screen Yorkshire](#), [Screen South](#)

⁸⁸ <https://www.bfi.org.uk/industry-data-insights/reports/international-audience-perception>

⁸⁹ <https://www.socialfilms.co.uk/blog/uk-film-industry-statistics>

- 
- En 2023, les films réalisés⁹⁰ ou coproduits au Royaume-Uni représentaient plus d'un cinquième (22,5 %) des recettes brutes du box-office dans 23 marchés à travers le monde⁹¹
 - Les recettes internationales totales s'élèvent à 1,41 milliards de livres sterling en 2023, une baisse de 13% par rapport à 2022⁹²

⁹⁰ Souligné par nous

⁹¹ Statista cité par [The National News](#)

⁹² <https://www.pact.co.uk/resource/pact-census-2024-sector-revenues-fall-by-nearly-400m.html>

Territoire additionnel : AUSTRALIE

1. Aperçu

- Screen Australia⁹³, agence fédérale créée en 2008⁹⁴ pour concentrer les mandats de l’Australian Film Commission, de la Film Finance Corporation Australia et de Film Australia Limited
- Présence de Screen Australia dans les événements internationaux, avec ou sans pavillon. Objectifs : promouvoir les contenus, les talents et les atouts du pays, consolider les relations avec les partenaires et professionnels internationaux
- Ensemble de dispositifs de soutiens complémentaires :
 - Pour aider les professionnels australiens à trouver des partenaires et investissements étrangers (préproduction : long métrage, documentaire, TV, numérique, jeux)⁹⁵ :
 - Soutien au développement de la stratégie de marché et de présentation. Jusqu’à 20K AUD (18K CAD)
 - Soutien à la participation à des laboratoires et/ou sessions de pitch (maximum 20K AUD (18K CAD))
 - Délégation internationale avec des talents australiens reconnus pour attirer les investissements
 - Soutien à la vente et à la distribution avec une équipe dédiée (long métrage, documentaire, TV)⁹⁶ : l’Équipe marché accompagne les producteurs, distributeurs et agents de vente dans les négociations, met à jour l’annuaire des agents de vente et collecte les informations de ventes. Les données sont anonymisées pour fournir des recommandations aux joueurs australiens (pour des projets financés par Screen Australia)
 - Soutien mise en marché à l’international (long métrage, documentaire, TV, numérique, jeux)⁹⁷ : contribution financière au frais d’attaché de presse, de sous-titrage, de participation des équipes dans certains événements identifiés (festivals, prix). Jusqu’à 20K AUD (18K CAD)
 - Renforcement de compétences et information sur le marché pour aider les professionnels australiens à mieux appréhender l’industrie : [balados](#), [listes de contrôle](#), [informations sur les festivals et marchés](#)
 - Aide aux transports spécifiquement dédiée aux professionnels des Premières Nations
- Budget total dédié à l’international en 2023-2024⁹⁸ : 3,39M AUD (3,05M CAD)

⁹³ <https://www.screenaustralia.gov.au/>

⁹⁴ [Screen Australia Act](#)

⁹⁵ [Finance attraction](#)

⁹⁶ [Soutien à la vente et à la distribution](#)

⁹⁷ [Mise en marché, festivals, prix](#)

⁹⁸ <https://www.screenaustralia.gov.au/getmedia/e0e77bd8-b721-48ac-946b-cebc56493707/SA-Annual-Report-2023-24.pdf?ext=.pdf>

2. Points saillants

- Promotion internationale englobée dans une approche holistique d'accompagnement de l'industrie : soutien financier en développement, production et distribution, promotion, accompagnement sur-mesure des professionnels, information sur l'écosystème international
- Connaissance fine du marché et développement des réseaux et collaborations internationales
- Processus de réévaluation régulière des politiques d'accompagnement en fonction des stratégies de développement et des données récoltées (ex : Pays à l'honneur au Festival de Goa et à son Film Bazaar en 2024, à l'occasion du lancement du traité de coproduction entre l'Australie et l'Inde⁹⁹)
- Plusieurs fonds régionaux ont des aides à la promotion internationale : Victoria¹⁰⁰, Nouvelle-Galles du Sud¹⁰¹, Queensland¹⁰², Australie Occidentale¹⁰³
- Étroite coordination de Screen Australia avec les fonds régionaux pour un financement au plus près des besoins (SA échange régulièrement avec ses homologues régionaux pour financer ce qui n'est pas déjà pris en charge et est considéré comme essentiel pour la réussite internationale des contenus)
- Ausfilm¹⁰⁴ est l'agence en charge de promouvoir l'Australie comme terre de tournage, ses incitatifs, notamment lors d'événements dédiés ([Ausfilm Week](#))
- Une politique de soutien étayée par les données (collecte de données pour identifier les événements les plus porteurs pour le secteur national, définition d'indicateurs et d'objectifs chiffrés)

⁹⁹ [CP Screen Australia à Goa](#)

¹⁰⁰ [Aide au transport de Vicscreen](#)

¹⁰¹ [Aides au transport de Screen NSW](#)

¹⁰² [Aides du Queensland](#)

¹⁰³ [Aide au transport de Screenwest](#)

¹⁰⁴ [Ausfilm](#)

Territoire additionnel : LES CINQ NORDIQUES (The Five Nordics)

Aperçu

- 2024 : lancement des « Five Nordics » en remplacement de Scandinavian Films. Composé du Danish Film Institute (DFI), de la Finnish Film Foundation, de l'Icelandic Film Center, du Norwegian Film Institute (NFI) et du Swedish Film Institute (SFI). La direction est assurée via des mandats tournant de deux ans. Le SFI était en charge en 2023-2024.
- La création des Five Nordics permet de réaffirmer certains points clés :
 - La Finlande et l'Islande font partie du groupe¹⁰⁵
 - Les activités des Five Nordics s'étendent aux œuvres audiovisuelles (y compris jeux vidéo)¹⁰⁶
 - Positionner les cinq nordiques comme un territoire qui compte sur la scène internationale
- Objectifs : promotion, production, partage de connaissances et développement éco-responsable

Points saillants :

- Les pays nordiques européens ont développé une coopération transnationale fructueuse depuis plusieurs décennies (depuis ±1990). Le partage de valeurs communes et les liens économiques existants, couplés au défi de l'étroitesse de leur marché respectif, ont favorisé la création de programmes de soutien transnationaux. La coproduction entre pays nordiques a ouvert la voie aux coproductions internationales actuelles (en cinéma comme en télévision)
- Existence d'un « terroir » culturel fort et à l'identité marquée¹⁰⁷, associée à la stabilité du système de financement, puis à l'arrivée de joueurs locaux (Viaplay) ou internationaux (Netflix). Cela a permis à l'industrie régionale de développer des contenus de haute qualité, avec une authenticité régionale, et capables de capitaliser sur les références culturelles identifiées internationalement. Résultats : un succès international amorcé avec le cinéma d'auteur, puis les séries, et des films d'auteurs qui concilient désormais exigence artistique et succès en salle¹⁰⁸

¹⁰⁵ A proprement parler, la Scandinavie regroupe uniquement le Danemark, la Norvège et la Suède.

¹⁰⁶ A contrario de Scandinavian Films

¹⁰⁷ Polar scandinave, [Dogme 95](#)

¹⁰⁸ Lars Von Trier dans les années 90, les séries The Killing, Borgen ou The Bridge dans les années 2000, la première Palme d'Or de Ruben Östlund pour The Square (2017), l'Oscar du meilleur film étranger pour Another Round de Thomas Vinterberg (2021), la Palme d'Or et les trois nominations aux Oscars de Triangle of Sadness de Ruben Östlund (2023)

- Les Five Nordics proposent des activités de promotion internationale traditionnelles : ombrelles dans les plus grands festivals (Clermont-Ferrand, Berlin, Cannes, Toronto, IDFA), réseautage, mise en lumière des œuvres nordiques
- Et des collaborations spécifiques :
 - Visions nordiques (mars 2025) à Paris, en collaboration avec le CNC, l'Institut suédois, le Nordic Council of Ministers et les ambassades des cinq pays en France. Douze œuvres projetées en première française pour sensibiliser le public local. Et un événement professionnel pour favoriser le réseautage et la coopération entre les deux industries¹⁰⁹
 - « Nordic Focus » au Festival International du Film de Transilvanie (2023) : projections, invités spéciaux, expositions, et une carte blanche aux programmeurs du festival de Göteborg¹¹⁰
- Pas de soutien direct à la coproduction, mais soutien marketing à des projets en développement et activités pour renforcer les coproductions entre les pays nordiques
- Outre les activités de promotion, accent mis sur :
 - L'éco-responsabilité¹¹¹
 - Les principes d'équité, de diversité et d'inclusion (EDI)
 - La collecte de données pour renforcer les analyses et évaluations de performance des films nordiques
- Outre les Five Nordic, les pays de la région peuvent compter sur le Nordisk Film & TV Fond¹¹², un fonds régional transnational qui soutient la distribution et le doublage du contenu jeunesse, en plus de la production (film, série, documentaire)

“The Nordic region had once been recognised in the Netherlands only for its children’s content and for a few major auteurs, notably around the Dogma movement, but over the last couple of decades (...) there had been a major cultural shift. (...) A series of novels, notably Stieg Larsson’s Millennium trilogy (...) had created an enviable reputation for intelligent storytelling that could break into the mainstream. That reputation was enhanced by a number of hit “Nordic noir” television series, such as The Bridge and The Killing. The region has successfully built on those foundations to establish internationally known genres, a reputation for low-cost, high-quality but accessible work and a recognisable star system.”

Hans Kok, de la société de distribution néerlandaise Art Film – Panel Europa Distribution¹

¹⁰⁹ <https://paris.si.se/agenda/visions-nordiques-french-nordic-film-days/>

¹¹⁰ <https://tiff.ro/en/tiff/stiri/tiff22-nordic-cinema-focus>

¹¹¹ Financement d'une formation de gestionnaire en éco-responsabilité dans chaque pays et définition de standards communs en matière d'éco-responsabilité dans la production cinématographique

¹¹² <https://nordiskfilmogtvfond.com/about-us>

