SUNNYSIDEOFTHEDOC

NEWSLETTER N°8

SOMMAIRE

EDITO P.1
L'ACTUALITE SSD : BIPS & SUNNYLAB P. 2
DOSSIER : LE (WEB)DOCUMENTAIRE TISSE SA TOILE P. 3
- La porte ouverte à toutes les écritures et tous les créateurs P. 4
- Une bonne histoire, participative et interactive, conçue pour durer P. 4
- Un modèle économique qui se rapproche du modèle classique P. 5
- Sur la piste de nouvelles sources de financement P. 7
- Une diffusion élargie et reconnue P. 7

FOCUS : Vodeo.tv lance sa V2 P. 9
Des producteurs de tous horizons pour un genre en devenir P. 10
Etudes de cas : trois documentaires conçus pour le Transmedia P. 10
LE TRANSMEDIA DE PIXEL AU FORUM BLANC P. 12
- 10 principaux retours d'expérience d'acteurs du monde Transmédia P. 12
- 10 références d'univers Transmédia à visionner et butiner P. 13

INFORMATION / FORMATION P. 14
IN MEMORIAM P. 15
LES NEWS INTERNATIONALES P. 15

EDITORIAL

LES DIAGONALES DU DOC

Avec cette Newsletter consacrée aux développements des documentaires sur les nouveaux réseaux, nous affirmons que notre avenir sera Transmédia. La révolution numérique a bien eu lieu et nous ne mesurons pas encore l'ampleur des changements qu'elle génère. Notre glossaire s'enrichit de nouveaux sigles, anglicismes et néologismes qui ne sont des évidences que pour les "digital natives"! Certainement moins pour celles et ceux qui ont connu les pellicules et les laboratoires chimiques. Mais la rupture (épistémologique ?) est bien à l'œuvre.

Ce constat et la nécessaire refondation de l'activité de production nous ont conduit à forger un nouvel outil adapté: **"SUNNY LAB"**. Centre de Ressources, de Recherches et de Formations, il ouvrira ses portes en Avril prochain dans de nouveaux locaux à La Rochelle. Nous y proposerons tout d'abord de mieux comprendre la 3D-Relief et le Transmedia, grâce à des stages de formation de différents niveaux, et en accompagnant le développement des projets qui choisissent d'explorer ces nouveaux chemins de traverse qu'aucun itinéraire fléché ne mentionne clairement.

Comme toujours, nous ferons se confronter et s'échanger des expériences et des réalisations venues des quatre coins du monde. Personne n'a, à ce jour, de "business model" élaboré, et c'est tant mieux! L'imagination, la créativité et la novation peuvent se déployer plus librement que dans la production télévisuelle standardisée. Il nous suffit de comprendre que nos contenus, nos savoir-faire, sont nécessaires pour alimenter les réseaux de diffusion en programmes intelligents. Pour nous, il s'agit d'apprendre à concevoir ces projets, qui appellent de nouveaux modes de récit non linéaires; cela exige de constituer des équipes de concepteurs qui associent de nouvelles compétences (techniques,

graphiques...) aux talents des conteurs d'histoires, enquêteurs et scénaristes. Et aussi à les produire et à les faire diffuser par des opérateurs qui ne sont plus forcément les chaînes de télévision.

Les exemples présentés ici sont la deuxième génération de projets Transmedia, après "Gaza/Sderot" ou "Voyage au bout du charbon", que nous avions salués l'an passé. La 21ème édition de SUNNY SIDE, du 22 au 25 Juin prochain, permettra de les confronter aux autres projets venus d'Amérique, d'Asie ou d'autres pays européens.

Un nouveau BIPS - Best International Projects Showcase - leur sera consacré et les 5 meilleurs projets seront pitchés. Le meilleur empochera 2.000 € d'aide au développement.

Producteurs et Diffuseurs de contenus intelligents, sous toutes les formes possibles : documentaire, serious game ou autres, seront appelés à présenter leur travail dans l'espace Innovations et l'Agora "Sunny Lab". Ils pourront y rencontrer les financeurs et les diffuseurs de ces nouveaux medias. Ce décloisonnement est devenu impératif; nous devons échanger avec ceux qui, en fiction, en animation, se posent les mêmes problèmes d'adaptation à un paysage changeant. Nous avons à écouter ceux qui développent des ARG ou des ERG... ceux qui inventent des applications. Ils nous aideront à briser les habitudes, à rendre possibles des conceptions novatrices. Cela pose nombre de problèmes nouveaux, pour les auteurs, les réalisateurs, comme pour les diffuseurs. Car ce sont nos métiers qui changent, comme les missions des Services Publics ou Privés de télévision. L'économie du secteur s'en trouvera modifiée, à court terme, et nous aurons *volens nolens* à nous y adapter.

Nous soulignons, dans cette Lettre, le travail de certains diffuseurs - ARTE, France5, Canal+, VODEO...- qui ont fait preuve d'audace en s'associant à ces nouvelles formes documentaires, ainsi que le rôle incitateur du CNC. D'autres systèmes d'aide (MEDIA en particulier) sont aujourd'hui accessibles; et les Appels à projets se bousculent aux portillons... dans la foulée de l'Appel d'Air lancé cet été par le Transmedia Lab d'Orange Vallée.

A nous, donc, de saisir ces opportunités en réformant nos (parfois mauvaises) habitudes.

A nous d'inventer les nouvelles diagonales du doc.

Yves Jeanneau

L'ACTUALITE SSD

Best International Projects Showcase - “BIPS”

Pour la deuxième année et en coopération avec un panel de Commissioning Editors, Sunny Side organise six sessions de Pitch thématiques (6 projets par session) : Histoire, Science / Environnement, Politique / Société, Art / Culture. **Et pour la première fois cette année, le pitch des talents de moins de 30 ans et le pitch Transmédia.**

Attention **: Deadline le 30 avril 2010** - Envoyez vos projets à : international@sunnysideofthedoc.com

SUNNYLAB

Nous sommes heureux de vous annoncer le lancement de Sunny Lab, Centre de Ressources et de Formation.

Le 25 février dernier, à La Rochelle, 20 professionnels venus de Paris, Tours, Lyon, Bordeaux, Nantes, La Rochelle et ses environs …ont participé à la 1ère formation organisée par Sunny Lab.

« Journée d'Initiation au Trans*media* » :

L'Objectif de cette journée était de comprendre les enjeux liés à l'utilisation des nouveaux médias, connaître les clés pour produire et distribuer des programmes dans un nouveau contexte lié aux nouveaux modes de diffusion.

Les responsables de cette formation étaient : **Yves Jeanneau** (producteur indépendant, directeur général du Sunny Side of the Doc) et **Marc Guidoni** (producteur indépendant, membre du Producer's Network, et consultant).

Nous vous tiendrons informés des prochaines sessions de formation.

ASIANSIDEOFTHEDOC

Prochain Rendez-vous de coproduction organisé par **Sunny Side of the Doc** et **Sinapses Asia**.

22 > 24 Mars 2010 à Hong Kong.

Vous pouvez consulter la liste des participants sur notre site Internet :
http://www.sunnysideofthedoc.com/fr/asd_participants.php

DOSSIER

LE (WEB)DOCUMENTAIRE TISSE SA TOILE

Effet de mode ou réel décollage du documentaire sur Internet et les nouveaux médias ? Le genre, en tout cas, est en train de découvrir de nouveaux horizons, d'explorer de nouvelles écritures. Aux webdocumentaires qui se multiplient sur la toile répondent des sites écrins qui les mettent en valeur. Alors que son modèle économique se construit peu à peu, dans une logique, elle, plus classique.

Le printemps sera webdocumentaire ou ne sera pas. Jamais les medias ne se sont autant penchés sur ce genre hybride, plus ou moins expérimental jusqu'ici, mais qui, peu à peu, se fait sa place au soleil d'Internet et des nouveaux médias. Les projets très ambitieux se développent, les sites dédiés au genre se multiplient, les festivals louent ses talents. Le webdocumentaire est en train de naître, dans le sens où il est en train d'être reconnu et apprécié par le plus grand nombre.

La porte ouverte à toutes les écritures et tous les créateurs

Marier un media « libre », Internet, à un genre à « forte personnalité », le documentaire, et vous obtiendrez le cadre idéal à l'expression de la réalité dans sa forme la plus diversifiée. Car le documentaire a décidé de s'exprimer sur la toile. Mais pas seulement. Aujourd'hui, les projets les plus aboutis sont pensés dans une logique Transmedia. « Les auteurs, les réalisateurs, les producteurs découvrent de nouvelles sources d'audience, de nouveaux outils, repoussent les limites créatives et commencent à explorer le documentaire dans les nouvelles sphères sociales, bien au-delà du concept linéaire du genre, celui pensé pour la télévision » s'enthousiasme Peter Wintonick, auteur-réalisateur-producteur de films documentaires et un des fondateurs du site communautaire canadien **Docagora**, un portail qui se veut un espace ouvert et participatif « où l'on envisage de nouvelles formes, de nouvelles plates-formes, de nouveau outils et de nouvelles méthodes de financement pour le documentaire créatif et socialement engagé. Celui que nous appelons désormais le docmedia, parce qu'on va pouvoir l'apprécier sur n'importe quel écran, n'importe quand et n'importe où ».

« Le webdocumentaire est un terrain de jeu formidable pour tous les créateurs et les auteurs » ajoute Alexandre Brachet, dirigeant d'**Upian**, société de production web française créée en 1998. « Tout y est encore possible parce que tous les métiers peuvent s'y rencontrer : le son, la vidéo, la photo, le graphisme, etc ». « La définition-même du documentaire est en train d'évoluer vers quelque chose de plus large, de plus excitant, de plus stimulant » surenchérit Peter Wintonick. « On peut imaginer des cyberdocs, des docs interactifs, des docs faits pour le mobile, des "docugames", voire des "documation", mélange de vie réelle et d'animation ». Ainsi, internet et les nouveaux medias bouleversent tellement la manière de concevoir, de produire et de réaliser les contenus qu'aucune règle ne peut encore être dictée, aucun fondement n'est construit, aucune théorie n'est acquise. Tout est en devenir.

Une bonne histoire, participative et interactive, conçue pour durer

Néanmoins, pour Nicolas Bry, qui dirige le transmedialab, entité d'**Orange Vallée** qui a pour vocation d'accompagner les créateurs et les diffuseurs sur les nouvelles opportunités de diffusions (TV, mobile, web, etc.), un bon projet Transmedia est « d'abord une bonne histoire ». C'est primordial et le seul moyen de retenir le public. Finis, donc, les diaporamas améliorés. Le webdocumentaire se doit d'être écrit. « Ensuite, poursuit Nicolas Bry, c'est un projet qui utilise les médias pour étoffer cette histoire : la télévision pour une lecture linéaire et collective, Internet pour un enrichissement narratif, une liberté de ton, une interaction avec les internautes, le mobile pour rester en contact avec l'histoire. Enfin, c'est un projet participatif et communautaire» qui fait appel à l'imagination, au point de vue, à la connaissance de celui qui s'intéresse au contenu.

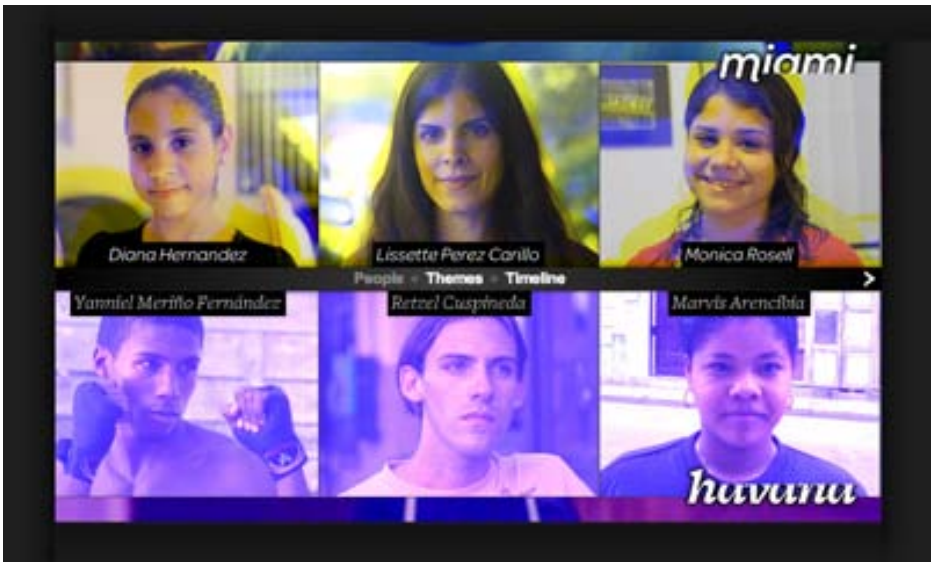
Car le documentaire conçu pour le Transmedia aura d'autant plus d'impact et de force qu'il est un contenu interactif et participatif, susceptible de mettre l'internaute au centre de l'histoire. Ainsi, dans *Le challenge* (What's Up Films et Honkytong), actuellement en ligne sur canalplus.fr, l'internaute est invité à se mettre dans la peau d'un enquêteur indépendant mandaté par l'Union européenne et à partir à la recherche d'informations et de témoins liés au scandale écologique qui se joue en Equateur. Dans *Prison Valley* (Upian) bientôt sur arte.tv (voir étude de cas), « l'internaute va devoir s'enregistrer dans le film, s'inscrire dans la pellicule pour participer aux débats, donner son avis, poser des questions aux personnages du documentaire. Il va également être invité à s'identifier au réalisateur, faisant d'une chambre d'hôtel son camp de base, un peu comme dans l'univers d'un jeu vidéo », explique Alexandre Brachet.

Enfin, comme les projets sont aujourd'hui beaucoup plus travaillés, plus aboutis et mieux financés, ils sont pensés pour durer, à l'image de *Portraits d'un nouveau monde,* collection de webdocumentaires qui sera exposée durant près d'un an sur le site de France 5 (voir étude de cas). « Les diffuseurs ont plus envie aujourd'hui qu'il y a un an de contenus qui restent, de projets pérennes, construits sur la durée. Cela permet aux productions d'être plus visibles » explique Laurence Bagot, productrice de **Narrative**, qui a lancé la série. « Et puis, pour nous, c'est une formidable opportunité d'évoluer dans un univers qui bouge constamment. Parce qu'en septembre prochain, nul doute qu'on aura exploré de nouvelles pistes, comme la 3D, un meilleur son, etc. ».

Un modèle économique qui se rapproche du modèle classique

Comme le documentaire devient une œuvre de création à part entière sur Internet, doublé, régulièrement, de sa version télé, son modèle économique se rapproche de plus en plus souvent du modèle économique classique de la télévision. En France, Canal+ s'y met, qui a coproduit *Le challenge*. TV5 Monde y travaille aussi, avec un projet sur l'Afrique avec Arte. Les chaînes Arte et France 5, quant à elles, sont aujourd'hui prêtes à investir plusieurs dizaines de milliers d'euros dans des projets crossmedia. « Notre budget 2009 s'est élevé à 500 000 €. J'attends le même montant pour 2010 », souligne Aurélie Hamelin, responsable du pôle contenu media global à la direction des programmes de **France Télévisions**. « Le pôle web d'Arte affiche un budget global de 2 M€ pour 2010, dont 350 000 € en production et 40 000 € d'aides à l'écriture, ce qui va nous permettre de coproduire 6 à 10 webdocus par an », explique, pour sa part, Joël Ronez, responsable du **Pôle Web d'Arte**.

Peut-être même verra-t-on un jour un projet Transmedia diffusé par deux chaînes. « Pour un des cinq projets de fiction retenus par l'appel d'air lancé par le Transmedia Lab d'Orange en octobre dernier, remarque Nicolas Bry, une diffusion complémentaire entre Orange Cinéma séries et une chaîne publique est à l'étude, le début de la diffusion de la série pouvant se faire sur Orange et la fin, ainsi qu'un résumé du programme, étant exposés sur une chaîne en clair ; c'est un accord gagnant gagnant, OCS bénéficiant d'un contenu en primeur et la chaîne en clair capitalisant sur l'audience créée sur OCS et internet ».
De plus, comme le documentaire est un genre international, les producteurs parient sur le développement de la coproduction. Pour la première fois, d'ailleurs, la **TSR** (Télévision Suisse Romande) va préacheter un webdocumentaire, *Havana-Miami* (voir étude de cas) « C'est notre première expérience de diffusion multimédia, qui sera financée par les deux unités, documentaire et web », explique Catherine Kammermann de l'unité documentaire de la chaîne. « L'accord est imminent. Il nous manque seulement l'autorisation de notre tutelle, parce que la législation suisse n'autorise pas encore que nous investissions dans un programme multimédia qui serait diffusé sur internet avant l'antenne ».



Pour Amit Breuer, productrice de documentaires et co-fondatrice de Docagora, les sources traditionnelles de financement « font encore preuve de retenue dans leur soutien à des projets Transmedia, parce que ce sont des productions qui peuvent être très coûteuses, mais aussi parce qu'il est très difficile de les définir précisément. Néanmoins, certaines exceptions existent aujourd'hui, tels que ITVS aux États-Unis, l'ONF au Canada, Channel 4 au Royaume-Uni, VPRO et Submarine aux Pays-Bas, Babelgum, etc ».

Les institutionnels, de leur côté, s'impliquent de plus en plus dans cette nouvelle forme de contenus. Au Danemark, le Danish Film Institute offre des nouvelles possibilités de financement. Le Canada travaille à une nouvelle réglementation sur la diffusion de contenus sur les plates-formes multimédia. En France, le **CNC** a beaucoup œuvré, depuis trois ans, pour la production de projets multi-supports. « Depuis septembre 2007, date de lancement de l'aide aux projets pour les nouveaux médias, nous avons aidé environ une centaine de projets pour un budget global de près de 3,7 M€ », estime Guillaume Blanchot, directeur du multimédia au CNC. Avec très peu de projets en échec ». Et le documentaire est, de loin, le genre le plus prédominant. En 2009, 47 % des demandes reçues au titre des projets multi-supports (télévision, Internet, mobile) émanaient de projets documentaires ou magazines. Ce pourcentage est monté à 65 % pour les demandes d'aide à la production internet/mobile. Et au final, les documentaires-magazines représentaient 25 % des aides accordées aux projets multi-supports et 84 % des aides à la production internet/mobile. Les raisons de cette prédominance ? « Le documentaire est le genre qui a le plus de mal à trouver sa place sur les écrans traditionnels, mais qui, du coup, est le plus à même de réunir les créateurs sur d'autres médias.

C’est aussi celui qui se prête le mieux à l’interactivité et l’aspect communautaire d’internet. Il demande enfin des budgets moins lourds que l’animation ou la fiction », explique Guillaume Blanchot. Demain, le CNC va même ouvrir le COSIP aux projets de contenus Internet pour conforter le financement des webdocumentaires. Le décret doit paraître prochainement.« Nous appliquerons au plus près les règles du COSIP, avec notamment le maintien de l’obligation d’un préfinancement d’un diffuseur à hauteur de 25 % », indique Guillaume Blanchot, « afin d’inciter les chaînes à financer les œuvres en amont ».

Guillaume Blanchot –
Directeur du Multimédia au CNC

Sur la piste de nouvelles sources de financement

Mais si les projets de documentaires Transmedia trouvent d’abord l’argent là où il y en a, c’est-à-dire auprès des chaînes de télévision, des régions, des partenaires institutionnels, de nouvelles sources de financement, encore timides certes, apparaissent. Ainsi, les sites de presse peuvent être des partenaires intéressants, « non parce qu’ils apportent du cash, mais parce qu’ils donnent une large visibilité au programme » estime Alexandre Brachet (Upian). Le producteur Serge Gordey (*Havana-Miami)* a, par exemple, conclu un partenariat avec lemonde.fr pour que ce dernier puisse apporter des contenus additionnels à la production. Les marques et les sponsors sont également en quête de contenus de qualité pour enrichir leur site. « Nous avons fait, par exemple, une collection documentaire sur les femmes pour le magazine féminin Grazia. Nous avons également produit *Exil-Exit ?*, un documentaire en photos d’Olivier Jobard, avec Médecins du monde » raconte Laurence Bagot de Narrative.

Au Canada se développe une autre forme de financement, le don. « C’est l'approche la plus populaire pour financer de nouveaux projets aujourd'hui », estime Amit Breuer. « Bien sûr, il est facile d'argumenter que ce n'est pas une nouvelle source de financement, juste une nouvelle manière de trouver de l’argent (en utilisant internet plutôt que les circuits classiques). Mais les sources non traditionnelles de financement comme les ONG veulent également explorer, avec les réalisateurs, les moyens d'utiliser des plates-formes crossmedia pour développer des projets de sensibilisation sur leurs centres d'intérêt respectifs. »

Une diffusion élargie et reconnue

La reconnaissance du documentaire comme genre à part entière du Transmedia aidera forcément à mieux le financer. Et cette reconnaissance passe d’abord par une meilleure visibilité. En l’occurrence, les progrès sont certains. Les webdocumentaires rapportent aujourd’hui des prix dans des festivals dédiés aux contenus multimédia, comme le Festival des 4 écrans (en novembre à Paris), qui a récompensé *Caméra War*, un webdocumentaire franco-américain (Extinkt Films / Capricci Films) de Lech Kowalski, mais aussi dans des festivals plus classiques, à l’image du *Corps incarcéré* (Lemonde.fr), prix France 24-RFI au festival Visa pour l’image, ou de *Gaza/Sderot : la vie malgré tout* (Bo Travail !) récompensé, entre autres, par le Prix Europa et nominé aux Emmy Awards.

La visibilité, enfin, passe aussi par des sites dédiés, et, sur ce point, la France vient de prendre une longueur d'avance. En effet, Arte et France 5 viennent toutes deux de lancer leur plate-forme. La première, Arte webdocs (webdocs.arte.tv), inaugurée le 22 février, a été développée pour rassembler et fidéliser l'audience du webdocumentaire. « Comme nous en produisons désormais régulièrement, explique Joël Ronez, il nous a paru important de les regrouper sur une même plate-forme pour mieux les mettre en valeur ». Ainsi, chaque webdoc a son espace dédié, avec le programme, les bonus, le réseau affilié et l'application I-Phone si elle existe. En page d'accueil, le site met en avant les productions les plus récentes, ainsi que les derniers « épisodes » des collections en cours et celles à venir. Une entrée par thématique est également disponible. « Aujourd'hui, la plate-forme ne regroupe que les productions d'Arte. Mais d'ici deux ans, nous aimerions avoir une offre de contenus constituée pour moitié des productions internes et pour moitié d'achats ». Du côté de France 5, l'ambition est un peu différente, puisque le tout nouveau portail documentaire, inauguré le 15 février pour accompagner la première collection de webdocumentaires du groupe, *Portraits d'un nouveau monde*, regroupe toute l'offre documentaire de la chaîne. « C'est en fait la V2 de Wiki, que nous avions lancée en janvier 2007, précise Sophie Benoît, directrice des programmes web. Elle est améliorée d'une nouvelle technologie, Drupal, un outil de contribution qui permet plus de participatif, et ce, de manière plus pédagogique, plus simple et plus rapide. Nous avons également refait le graphisme et l'ergonomie. » Le nouveau portail est d'abord le reflet de la programmation antenne de la chaîne, avec les quatre derniers documentaires diffusés. Il permet de revoir des œuvres en TV de rattrapage ou en VOD payante, des extraits et des bonus. Un espace de partage et de réflexion est dédié aux appels à contributions et aux témoignages. Enfin, des animations interactives, scénarisées et ludiques sont également proposées aux internautes.

FOCUS

VODEO.TV LANCE SA V2

Le site de téléchargement de documentaires et reportages, vodeo.tv, créé en 2004, va lancer courant mars, sa V2. Une nouvelle version « accessible, facile et pas chère » résume son PDG, Frédéric Sitterlé, qui s'est inspiré des mésaventures de la musique sur internet, longtemps victime du piratage, pour élaborer cette nouvelle version. « Nous avons regardé comment I-Tunes avait réussi à créer un modèle économique sur la musique, alors que le genre était étouffé par le piratage, et nous avons alors appliqué sensiblement les mêmes recettes pour la version 2 de vodeo.tv ». Lesquelles ? « D'abord, nos contenus sont accessibles en streaming : on peut donc les visionner de n'importe quelle plate-forme. Ensuite, le système de paiement est simplifié au maximum, « en un clic », rendant l'achat d'acte quasi indolore. Enfin, nous proposons un accès illimité à l'ensemble du catalogue pour la modique somme de 7,99 euros/mois ». Le tout est présenté sous une forme plus simple et épurée, la page d'accueil mettant en valeur le seul contenu. Rendre le documentaire accessible rapidement et bon marché, tel est l'ambition de vodeo.tv, qui détient aujourd'hui un catalogue de 10 000 titres. « Mais nous ne voulons pas être uniquement une base de données, prévient Frédéric Sitterlé. Nous menons une politique d'éditorialisation de notre site ; c'est pourquoi nous ne proposons que 4 500 titres en ligne, avec une dizaine de thèmes renouvelés périodiquement. Chaque mois, nous proposons entre 30 et 100 nouveautés. »

Depuis six ans que le site existe, vodeo.tv a conclu des accords avec 300 producteurs et diffuseurs, parmi lesquels la BBC, France Télévisions ou Arte, sur un modèle économique de partage de recettes. Mais Frédéric Sitterlé n'en dira pas plus sur la question. Pas plus qu'il ne détaillera la fréquentation, ou les revenus inhérents au site. Il indique seulement que la nouvelle version, actuellement en test en bêta, a déjà multiplié par six ou sept le revenu par utilisateur. La montée en puissance de la V2 de vodeo.tv sera soutenue en mars par une grande campagne de communication menée avec le groupe Le Figaro, actionnaire du site. « Nous vivons une période clé du développement des contenus payants sur internet. Les internautes ont compris qu'ils devaient payer pour avoir du contenu de qualité, et l'émergence de sites payants comme ceux de Libération ou du Figaro prouve que le mouvement de fonds est en marche », conclut Frédéric Sitterlé, qui précise par ailleurs que vodeo.tv est à l'équilibre depuis la fin 2009.

Frédéric Sitterlé -
PDG Vodeo.tv
(Photo François Lebel)

DES PRODUCTEURS DE TOUS HORIZONS POUR UN GENRE EN DEVENIR

La production de documentaires multimédias intéresse tous les producteurs…ou presque ! Parmi la centaine de projets soutenus par le CNC, Guillaume Blanchot a observé un juste équilibre entre productions présentées par des producteurs « classiques » de la télévision, tels Capa, Zadig Productions, Les Films d'ici, Alegria, Bô Travail !, Gédéon Programmes et productions issues de sociétés spécifiquement web (Narrative, Honkytonk Films, Upian, What's Up Films). Parfois, ces deux types de sociétés s'associent sur un même projet. Mais aucune ne vit encore exclusivement de la production de contenus, les unes continuant à faire prioritairement de la télévision, les autres tirant une large majorité de leur chiffre d'affaires de la prestation de services comme agence de graphisme web ou de création de sites internet. Un seul univers fait encore preuve d'une grande frilosité vis-à-vis des contenus multimédia. « Ce sont les producteurs de cinéma, dévoile Guillaume Blanchot. Nous n'avons à ce jour pas reçu de projets issus d'une société de production cinématographique. » Sans réellement pouvoir expliquer pourquoi le secteur boudait tant le genre, le directeur du multimédia du CNC tente néanmoins une réponse : « Pour eux, aujourd'hui, internet est d'abord un formidable outil de marketing ». N'ont-ils pas encore pris le temps d'apprécier ce remarquable réseau de diffusion ?

ETUDES DE CAS : TROIS DOCUMENTAIRES CONÇUS POUR LE TRANSMEDIA

Havana/Miami, Portraits d'un nouveau monde, Prison Valley

Havana/Miami

Production : Alegria (Serge Gordey, *photo ci-contre* et Christine Camdessus) et Arte France, avec Tamouz Media (USA)

Format : six vidéos/semaine pendant trois mois sur internet + 1 documentaire de 52 minutes pour l'antenne d'Arte

Budget : 430 000 €

Financement : Arte (90 000 € unité de programme documentaire + 40 000 € pôle web), CNC (95 000 € aide aux nouveaux medias + 25 000 € Cosip), TSR (à venir).

Pitch : webfeuilleton documentaire qui raconte le quotidien de douze jeunes de la communauté cubaine de Miami et de La Havane, entre ceux qui sont restés au pays, et ceux qui se sont installés aux Etats-Unis. Pendant trois mois, tous les deux jours, on suit douze personnes, six de chaque côté de la frontière.

Diffusion : En ligne sur webdocs.arte.tv depuis le 22 février (10 000 visites dès le premier jour).

Langues : Français, anglais, allemand, espagnol.

Portraits d'un nouveau monde

Production : Narrative (Laurence Bagot et Cécile Cros, *photo ci-contre*) et France Télévisions, pôle France 5.

Auteurs : Elsa Fayner, Axelle de Russé, Marina de Russé, Serge Michel, Paolo Woods, Benoît Aquin, Patrick Alleyn, Gilles Sabrié, etc.

Format : 24 webdocumentaires répartis en six thématiques sur internet + 24 films courts de 7 mn pour la télévision (en prévision).

Budget : 480 000 €

Financement : France 5 (360 000 €), CNC (100 000 €, aide aux nouveaux medias), + 20 000 € d'apports en industrie

Pitch : 24 documentaires multimédias d'auteurs qui racontent, de Pékin à Rio, des histoires particulières d'hommes, de femmes, de lieux et donnent à comprendre les grands enjeux du XXIè siècle. Les thématiques développés sont : La Chine : une superpuissance…à tout prix (en mars) ; Emigration : un monde métissé ou cloisonné ? (en avril) ; Urbanisation : maximum city (en juin) ; Economie : le capitalisme, et après ? (en août) ; Ecologie : la planète hors service (en octobre) ; Vivre ensemble : solidaire ou moi d'abord (en décembre).

Diffusion : en exclusivité sur france5.fr/PNM depuis le 15 février

Langue : Français

Prison Valley

Production : Upian (Alexandre Brachet, *photo ci-contre*) et Arte France.

Auteurs : Philippe Brault et David Dufresne.

Format : 1 seul film d'une heure en HD et une centaine de contenus additionnels sur internet + une version photos pour l'I-phone + le film pour la télévision + un livre.

Budget : 220 000 €

Financement : Arte (60 000 €), CNC (90 000 €, aide aux nouveaux medias), Upian (70 000 €)

Pitch : Dans le Colorado, deux villes, Canon City et Florence, totalisent 36 000 âmes, 14 prisons, 7731 détenus et autant d'emplois directement liés à ce qui s'appelle « l'industrie de la prison ». Ce webdocumentaire est un road movie photo-vidéo interactif dans ces villes westerns où l'on surprend les personnages dans leur quotidien, leur travail, leur ennui, leurs plaisirs, comme des tableaux vivants d'une ville un peu morte.

Diffusion : sur arte.tv à partir de la mi-avril.

Langues : Français, anglais, allemand.

LE TRANSMEDIA DE PIXEL AU FORUM BLANC

Deux évènements à quelques semaines d'intervalle montrent que certains sujets sont très fortement ancrés dans l'air du temps...

C'est le cas du Transmedia qui vient de trouver juste avant et juste après Noël deux nouvelles et prometteuses tribunes en France. D'une part, première édition de PIXEL organisée au Forum des Images début décembre par Michel REILHAC d'ARTE et la pétillante britannique Liz ROSENTHAL de Power to the Pixel (www.powertothepixel.com). D'autre part, première édition - là encore - du FORUM BLANC (www.forumblanc.org), imaginé en janvier dans les neiges du Grand Bornand par l'équipe de Patrick EVENO au CITIA d'Annecy à qui on doit déjà de beaux mois de juin avec le MIFA et le Festival d'Annecy.

Dans les deux cas, ce qui frappe en premier lieu c'est l'abolition - tant dans les participants que dans les thématiques abordées - des frontières traditionnelles et classiquement étanches entre les genres, les médias, les formats... Lors de PIXEL et du FORUM BLANC, on a vu se mélanger le documentaire ('factual' pour les anglo-saxons), la fiction, les images réelles, l'animation, les unitaires, les séries, les collections, et même les formes traditionnelles de financement et les circuits nouveaux du mécénat ou du brand content. Comme si on sentait bien que nous nous trouvions dans le cœur du réacteur d'un nouveau monde de l'industrie des contenus en marche.

Difficile de faire des comptes-rendus exhaustifs de ces deux manifestations car leur force tient précisément en l'énergie qui y a circulé et aux rencontres qui s'y sont tricotées… Difficile également d'attribuer à César telle ou telle référence ou exemple cité lors des débats. Aussi, nous vous proposons un florilège en libre parcours d'idées fortes captées à la volée, à commencer par une définition du Transmédia qui pour une fois ne part pas des technologies mais bien de l'usage : le Transmédia, c'est le nom du **phénomène qui se passe dans la tête d'un consommateur de contenus qui baigne dans un flux de médias.**

Pour se mettre dans le bain, visionner d'urgence et en anglais le génial clip :

'**Did you know 4.0**' (www.youtube.com/watch?v=6ILQrUrEWe8).

LES 10 PRINCIPAUX RETOURS D'EXPÉRIENCE D'ACTEURS DU MONDE DU TRANSMEDIA :

• Les auteurs et scénaristes sont plus que jamais au centre et doivent se faire aider par des spécialistes des technologies. Il faut oser construire des équipes avec des auteurs venus d'origines différentes et renforcer considérablement les moyens consacrés au développement des projets.

• Il faut un lead créatif très fort tant pour la **création** que pour la **production** : des réalisateurs éminents pensent que leur métier va changer dans les 5 prochaines années pour se définir comme un '**super-directeur artistique pluri-médias'**, avec ensuite une équipe de réalisateurs média par média. Parallèlement, pour faire exister un univers de contenus, devra émerger un '**super-producteur'** qui donnera une image uniforme.

• Il faut aller à la rencontre des fans de jeu, même si on n'est pas joueur soi-même… Le **monde du jeu** a en effet de l'avance sur celui de l'audiovisuel classique : habitude de gestion de communautés et de rétributions des **'utilisateurs-participateurs'**... Avec les nouvelles générations de jeux vidéo, on peut vivre de vraies émotions, parfois aussi fortes que dans une salle de cinéma...

• Le monde change encore plus vite qu'on ne l'imagine : on constate que pour les très jeunes, YouTube devient le **moteur de référence** devant Google. Ils vont directement à la vidéo...

• En matière de financement des programmes Transmédia, même si on doit prendre comme pilier la TV classique (car pour l'instant, c'est là qu'est l'argent), on ne peut plus se contenter de caler avec la ligne éditoriale d'un seul partenaire. Il faut jouer avec la '**coopétition'**...

• La différence entre les Etats-Unis et la France est **cruelle** : HBO dispose d'une équipe de 15 personnes travaillant en amont sur les différentes formes de narration. Chez nous, on constate un manque terrifiant de regard global et transversal chez les interlocuteurs des producteurs dans les chaines françaises…

• Il faut conseiller à des producteurs qui ont dans leurs actifs des éléments de propriété intellectuelle Transmédia de **choisir soigneusement** leur distributeur/vendeur international, car bien pitcher des contenus Transmédia est un exercice extrêmement complexe.

• Attention à ne pas commettre l'erreur de considérer que sur un écran de mobile, on peut faire de la '**cheap TV'**… Il faut intégrer et respecter les **spécificités d'usage** média par média.

• Il faut être **honnête** et authentique avec son public et ses communautés. Le net ne pardonne pas. Si on veut proposer des contenus qui mêlent la réalité et la fiction, annoncer les règles du jeu au départ…

• On est passé d'un monde de rareté à un monde de **surabondance**. Quand les copies sont gratuites, il faut imaginer et vendre des choses qui ne se copient pas. Les expériences Transmédia en font partie.

Par **Marc Guidoni** (producteur indépendant, membre du Producer's Network, et consultant).

Marc Guidoni -
(Photo Olivier Godest)

DIX RÉFÉRENCES D'UNIVERS TRANSMÉDIA À VISIONNER ET BUTINER :

• The truth about Marika. Fiction participative sans limite… La Rolls…
www.youtube.com/watch?v=iX_ZJkwvKR8

• Le challenge : web documentaire
http://lechallenge.canalplus.fr

• 'The gap year' Une aventure documentaire autour de 6 jeunes qui vivent une année sabbatique…
www.bebo.com/thegapyear

• Project Blinklife : une série de clips de 1' sur le thème : comment ça marche…
www.blinklife.tv/how-to-help-social-network-addicts.html

• Nouvelle forme de distribution de programmes : Loko TV :

www.loko.tv

• ‘Peter and Jaydee’, série multiplateformes
www.dailymotion.com/video/x3jvcf_petey-jaydee-microwave_fun

• ‘Green up tour Life’, exemple de brandcontent, sponsorisé par British Gas
www.generationgreen.co.uk/GamesRoom/GUYL

• ‘KateModern’
http://katemodern.bebo.com

• Lego, autre exemple de brandcontent s’appuyant sur une marque universelle
http://universe.lego.com/en-us/splash/Default.aspx

• Kirill (Endemol digital studio UK)
http://kirill.uk.msn.com

• Cell (Endemol), série coproduite par opérateur télécom O2
www.o2.com/media/press_releases/press_release_14136.asp

INFORMATION / FORMATION

CROSSOVER

Crossover est un programme international conçu pour explorer les difficultés créatives et commerciales du développement de contenus et services pour les médias numériques.

Le processus de laboratoire réunit des créateurs de différents disciplines – production cinéma et télévision, animation, jeux, théâtre, conception Web et nouveaux médias – qui échangeront leur compréhension d’un paysage médiatique en rapide évolution, afin de nouer de nouvelles collaborations interdisciplinaires et de dégager des idées de projets. Crossover diffère des autres modèles de laboratoire, qui travaillent avec des équipes existantes sur des propositions préconçues. Crossover rassemble des personnes présentant des compétences créatives variées, qui se trouvent à différents stades de leurs carrières et proviennent de contextes culturels divers. Les participants sont choisis en tant qu’individus pour créer de nouveaux partenariats et explorer de nouvelles approches interdisciplinaires collaboratives du développement trans-plates-formes.

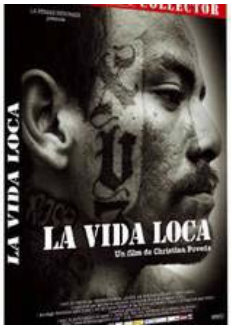
Crossover est un laboratoire résidentiel intensif en immersion complète, qui se tient normalement sur cinq jours et regroupe jusqu’à 25 participants et une équipe d’experts accompagnateurs, le tout étant conçu pour permettre à des professionnels de différents secteurs de l’industrie audiovisuelle d’acquérir les connaissances et les compétences nécessaires pour élaborer des concepts et créer des prototypes et des pilotes pour les nouveaux médias. En savoir plus : http://www.crossoverlabs.org

IN MEMORIAM

Marcel Simard nous a quittés. Tous ceux qui l'ont connu savent que c'est une perte. Au sein des Productions Virage, il aura été l'un des principaux militants du vrai documentaire au Québec. Il était sincère, engagé et compétent : c'était un homme de qualité. Je l'ai vu, il n'y a pas si longtemps, en Argentine, s'enthousiasmer pour le projet d'un jeune réalisateur et chercher les moyens de l'aider. A Monique Simard, à ses filles et à ses collaborateurs, nous adressons nos meilleures pensées.

À la demande de la famille, il est possible de faire un don, à la mémoire de Marcel Simard, à la Fondation de l'Institut universitaire en santé mentale Douglas – http://www.douglas.qc.ca/accueil.asp?l=f

NEWS INTERNATIONALES



LA VIDA LOCA - **Sortie en DVD le 2 mars 2010**, du dernier film de Christian Poveda. (Editions Bac Films) - http://www.lafemme-endormie.com/vidaloca/index_2.html

- **12th Thessaloniki Documentary Festival** - Thessaloniki Doc Market, du 12 au 21 mars, à Thessalonique (Grèce) : http://www.filmfestival.gr/

- **FIFA - Festival International du Film sur l'Art**, du 18 au 28 mars 2010, à Montréal (Québec) – La 28ème édition vous convie pour un voyage captivant au cœur de la création artistique d'ici et d'ailleurs. http://www.artfifa.com/

- **FIGRA – Festival International du Grand Reportage d'Actualité et du Documentaire de Société**, du 24 au 28 mars 2010, au Touquet (France) - http://figra.toofik.com/

- **HOT DOCS**, du 29 avril au 9 mai 2010, à Toronto (Canada) - Avec son savant cocktail d'évènements professionnels et grand public, Hot Docs est l'endroit idéal pour tous les acteurs de l'industrie documentaire qui souhaitent se rencontrer et faire avancer leurs projets. L'année dernière, le festival a présenté une sélection ambitieuse de plus de 100 documentaires et attiré plus de 1800 participants (réalisateurs, producteurs, acheteurs, programmeurs, Commissioning Editors) venus du monde entier. http://www.hotdocs.ca/

- **Input 2010**, du 8 au 12 mai 2010 à Budapest (Hongrie) et Input 2011 à Séoul - http://www.input-tv.org/home/

- **Banff World Television Festival**, du 13 au 16 juin 2010 (Canada). http://www.banff2010.com/index.php