

# Sunny Side of the Doc



*The international Marketplace  
for Documentary and Narrative Experiences*



## PRESS REVIEW REVUE DE PRESSE



**Sunny  
30 Side  
of the Doc**

**24-27 JUNE 2019**  
*La Rochelle - France*  
[www.sunnysideofthedoc.com](http://www.sunnysideofthedoc.com)



# INDEX

## INTERNATIONAL MARKETPLACE

<b>BOXOFFICE LE PLUS</b>	
10/07/2019 .....	4
<b>LE FILM FRANÇAIS</b>	
05/07/2019 .....	5
<b>ECRAN TOTAL</b>	
03/07/2019 .....	6
<b>C21 MEDIA</b>	
03/07/2019 .....	8
<b>C21 MEDIA</b>	
03/07/2019 .....	13
<b>LA LETTRE DE L'AUDIOVISUEL</b>	
02/07/2019 .....	17
<b>DOCUMENTARYBUSINESS.COM</b>	
01/07/2019 .....	18
<b>SATELLIFAX</b>	
28/06/2019 .....	22
<b>TBI</b>	
28/06/2019 .....	24
<b>REALSCREEN</b>	
28/06/2019 .....	26
<b>C21 MEDIA</b>	
28/06/2019 .....	30
<b>LE MONDE</b>	
28/06/2019 .....	31
<b>SCREEN INTERNATIONAL</b>	
27/06/2019 .....	33
<b>REALSCREEN</b>	
27/06/2019 .....	36
<b>AGENCE FRANCE PRESSE MONDIALE</b>	
28/06/2019 .....	38
<b>FRENCH.CHINA.ORG.CN</b>	
27/06/2019 .....	39
<b>C21 MEDIA</b>	
27/06/2019 .....	40
<b>GOODPLANET.INFO</b>	
27/06/2019 .....	42
<b>L'EXPRESS / L'EXPANSION</b>	
26/06/2019 .....	44
<b>LA LETTRE DE L'AUDIOVISUEL</b>	
26/06/2019 .....	46
<b>LE MONDE</b>	
26/06/2019 .....	47
<b>AGENCE FRANCE PRESSE ECONOMIQUE</b>	
26/06/2019 .....	48
<b>GEO.FR</b>	
26/06/2019 .....	50
<b>SCREEN INTERNATIONAL</b>	
26/06/2019 .....	53
<b>REALSCREEN</b>	
26/06/2019 .....	55
<b>TBI</b>	
26/06/2019 .....	58
<b>AUDIOVISUAL 451</b>	
26/06/2019 .....	59
<b>C21 MEDIA</b>	
25/06/2019 .....	61
<b>TÉLÉRAMA</b>	
25/06/2019 .....	62
<b>LE MONDE</b>	
25/06/2019 .....	66
<b>SATELLIFAX</b>	
25/06/2019 .....	68
<b>CINEUROPA</b>	
25/06/2019 .....	69
<b>MEDIAKWEST</b>	
24/06/2019 .....	73
<b>DOCUMENTARYBUSINESS.COM</b>	
23/06/2019 .....	76

<b>SCREEN INTERNATIONAL</b>	
20/06/2019 .....	81
<b>CNC</b>	
20/06/2019 .....	85
<b>RELAIS CULTURE EUROPE</b>	
20/06/2019 .....	89
<b>SUD OUEST</b>	
06/06/2019 .....	91
<b>REALSCREEN</b>	
15/05/2019 .....	92
<b>WORLD SCREEN</b>	
10/05/2019 .....	93

## PIXII FESTIVAL

<b>SONOVISION</b>	
18/07/2019 .....	95
<b>LE BLOG DOCUMENTAIRE</b>	
15/07/2019 .....	99
<b>LE BLOG DOCUMENTAIRE</b>	
04/07/2019 .....	102
<b>CNC</b>	
29/06/2019 .....	104
<b>INSTITUT FRANÇAIS</b>	
28/06/2019 .....	106
<b>SUD OUEST</b>	
26/06/2019 .....	109
<b>SONOVISION</b>	
11/06/2019 .....	111
<b>WORLD SCREEN</b>	
06/06/2019 .....	114
<b>VRROOM</b>	
05/06/2019 .....	115
<b>THE ART NEWSPAPER DAILY</b>	
29/05/2019 .....	119
<b>LE BLOG DOCUMENTAIRE</b>	
04/02/2019 .....	120
<b>SONOVISION</b>	
14/03/2019 .....	122

## VIDEO COVERAGE

<b>TV7 BORDEAUX</b>	
Première Séance .....	126
3 Questions sur PiXii Festival .....	126
<b>FRANCE 3</b>	
Duplex de France 3 Poitou-Charentes du 26/06/2019 .....	127
<b>MEDIAKWEST</b>	
Sunny Side of the Doc 2019 : une édition éminemment européenne (WebTV Yves Jeanneau) .....	127
Arte, producteur visionnaire de la VR ! (WebTV Gilles Freissinier) ...	128
<b>SONOVISION</b>	
Grand Prix PiXii : les Nymphéas et au-delà ! (WebTV Chloé Jarry) .	129
L'Institut Français accompagne les acteurs de la médiation numérique (WebTV Agnès Alfandari) .....	129
<b>FILM MAGAZINE (Iran)</b>	
Sunny Side of the Doc at La Rochelle .....	130
<b>CCTV-9</b>	
Report on CCTV-9 .....	130
<b>SUNNY SIDE OF THE DOC 2019</b>	
Sunny Side of the Doc turns 30 with .....	131

# Sunny Side of the Doc



*The international Marketplace  
for Documentary and Narrative Experiences*



## INTERNATIONAL MARKETPLACE



**Sunny  
30 Side  
of the Doc**

**24-27 JUNE 2019**  
*La Rochelle - France*  
[www.sunnysideofthedoc.com](http://www.sunnysideofthedoc.com)



### BOXOFFICE LE PLUS

10/07/2019

BOXOFFICE LE PLUS

Pays : FR  
Périodicité : Bimestriel

Date : 10 juillet 2019  
Page de l'article : p.7



Page 1/1

#### ZOOM SUR

### L'ANNÉE DOCUMENTAIRE

## Entre vitalité de création et recul de fréquentation

À l'occasion de la 30<sup>e</sup> édition du Sunny Side of the Doc, qui s'est tenue du 24 au 27 juin à La Rochelle, le CNC a publié son bilan annuel du marché du film documentaire.

#### La salle, un point d'étape

En 2018, 127 documentaires ont fait l'objet d'une exploitation commerciale dans les salles françaises dont 95 classées art et essai, soit le plus haut niveau de la décennie. Mais s'ils ont compté à hauteur de 18,6% de l'ensemble des sorties de l'année, ils n'ont représenté que 1,2% de la fréquentation totale avec 2,2 millions d'entrées, soit un résultat en recul de 24,3% par rapport à 2017 (pour 12,8 M€ de recettes, en baisse de 23,9%). De fait, en 2018, un documentaire est sorti en moyenne dans six fois moins d'établissements (23 établissements) qu'un film tous genres confondus (147 établissements). Au global, 154 000 séances ont été organisées pour la projection de documentaires, soit -16,1% par rapport à l'année précédente, alors que le nombre de séances tous films confondus augmentait de +2,2%.

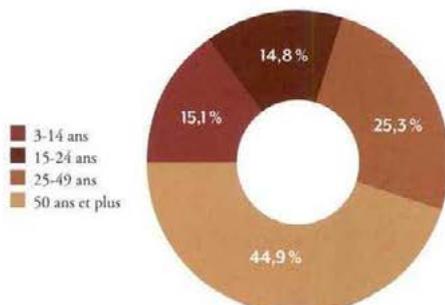
Si la sortie salle garde son attrait, elle apparaît donc de plus en plus comme un point d'étape parmi d'autres lieux de diffusion. À noter parmi ces derniers une croissance notable de la place des festival dans la diffusion documentaire.

#### Des spectateurs plus âgés et assidus

En 2018, le public des films documentaires était composé à 45,8% de spectateurs réguliers, pour 36,7% d'assidus et 17,5% d'occasionnels. Parmi ceux-ci, 70,1% d'adultes (dont 25,3% de 25-49 ans et 44,9% de 50 ans et plus). La sous-représentation des moins de 25 ans (29,9%) est expliquée par les sujets généralement traités dans les documentaires, « moins ciblés vers un public jeune ».

Enfin, c'est la population inactive (élèves et étudiants, retraités, sans activité professionnelle) qui est la plus largement représentée avec 47,6% du public des documentaires. Parallèlement, les CSP+ composent 36,3% du public, les CSP- 16,1%.

#### LE PUBLIC DES FILMS DOCUMENTAIRES



Source : CNC - Vertigo, enquête CInexpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus

#### TOP 3 2018 DES DOCUMENTAIRES EN FRANCE

Prix moyen du ticket: 5,93 €



#### Le troisième genre audiovisuel le plus exporté

Avec 35,5 M€ de ventes à l'international, le documentaire reste en 2017 le 3<sup>e</sup> genre audiovisuel le plus exporté. 63 films documentaires français ont en outre été exploités à l'étranger où ils ont généré 2,2 millions d'entrées (soit autant qu'à l'intérieur des frontières pour le genre toutes nationalités confondues). Au total, entre 2009 et 2018, 156 films documentaires français inédits sont sortis dans les salles étrangères et cumulé 23,1 millions d'entrées, soit 2,9% du total des entrées du cinéma français à l'international sur cette période.

#### LES ENTRÉES DES FILMS DOCUMENTAIRES FRANÇAIS À L'ÉTRANGER EN 2018





### LE FILM FRANÇAIS

05/07/2019

#### le film français

Pays : FR  
Périodicité : Hebdomadaire

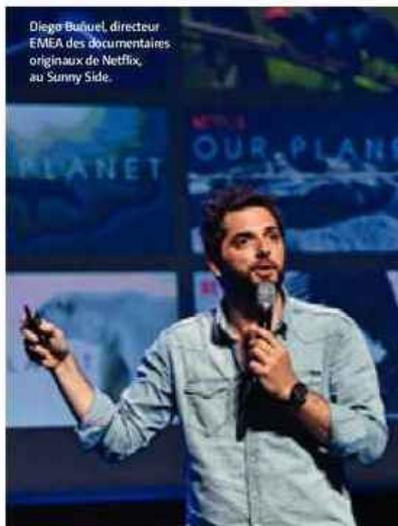


Date : 05 juillet 2019  
Page de l'article : p.4  
Journaliste : EMMANUELLE MIQUET



Page 1/1

Outre la quasi-émeute provoquée par la session de Netflix, symptomatique de ce que représente la plateforme, l'international s'est imposé comme l'un des enjeux majeurs durant le marché du documentaire de La Rochelle. ■ EMMANUELLE MIQUET



Diego Buñuel, directeur EMEA des documentaires originaux de Netflix, au Sunny Side.

## LE 30<sup>e</sup> SUNNY SIDE TÉMOIGNE DE LA RÉVOLUTION EN MARCHÉ

« L'ARRIVÉE DE NETFLIX A FAIT BOUGER LES LIGNES SUR LES FORMATS, ET EN PARTICULIER LES ÉCRITURES SÉRIELLES. »

**D**u 30<sup>e</sup> Sunny Side of the Doc organisé du 24 au 27 juin à La Rochelle, une image restera : celle de la file d'attente compacte s'étirant de part et d'autre de la halle de l'Encan, au milieu des stands, pour assister à la première présentation de Netflix dans le cadre du marché international du documentaire. L'engouement, tel qu'une seconde session a été improvisée pour contenter les 750 professionnels candidats, du jamais vu au Sunny Side, témoigne à lui seul du pouvoir d'attractivité de la plateforme, autant auprès de ses laudateurs que de ses détracteurs. Pourtant, cette file d'attente "est inversement proportionnelle au volume de documentaires, dits 'originaux', engagés par Netflix en Europe", relevait à juste titre l'un d'entre eux. Soit "quatre à cinq films par territoire" majeur non-anglophone du Vieux Continent (France, Allemagne, Italie, Espagne...) chaque année, a confirmé Diego Buñuel, directeur des documentaires originaux de la plateforme sur la zone Europe, Moyen-Orient et Afrique, à l'issue d'une session très didactique intitulée "Travailler avec Netflix". Celle-ci a été l'occasion de découvrir les premières images d'*Anelka* (titre provisoire), une production Black Dynamite qui aurait eu toute sa place dans le line-up de Canal+ lorsque Diego Buñuel en dirigeait les documentaires, et celles de *Gregory* (Imagisme), série en cinq épisodes sur l'affaire Villemin réalisée par Gilles Marchand. Outre son impact sur les audiences des chaînes traditionnelles dans l'Hexagone, l'arrivée de la plateforme a fait bouger les lignes sur les formats, et en particulier les écritures sérielles. Au Sunny Side, Canal+ a annoncé l'arrivée de "séries du réel" en prime-time la saison prochaine, à raison "idéalement" de quatre par an. Première lancée : *Moochie* de Samuel Coliardey, produit par Grégory Debailly (*Shéhérazade*), qui retrace le parcours d'un jeune noir américain accusé d'un meurtre dont il se défend. Pour le diffuseur, qui ne circonscrit pas cette offre aux faits divers, il s'agit de renouer avec

une écriture qu'il a été "l'un des premiers" à initier en France. *Soupons* de Jean-Xavier de Lestrade a démarré sur Canal+ (en juillet 2004, *Ndlr*), rappelle-t-il, avant d'être acquis par Netflix, gentiment moqué par Jean-Marc Juramie, Dga des antennes et des programmes payants du groupe Canal+ (cf. p. 6). "C'était trop tôt. On ne nous a pas fait d'autres propositions ensuite", observe Christine Cauquelin, directrice des documentaires du groupe et des chaînes découverte. Dans une phase offensive sur le genre, le groupe a également annoncé qu'il relançait une case hebdomadaire de deuxième partie de soirée, Les éclaireurs, dont l'ambition est de donner à voir des initiatives qui "inspirent", "transforment" et "réinventent" notre monde. Ou encore qu'il pérenniserait sa politique de documentaires jeunesse destinés à Canal+ Family.

#### DE NOUVELLES MESURES AU CNC

L'autre caractéristique de cette édition anniversaire, en hausse de 15%, à 2300 accrédités, selon l'organisateur, du fait d'une présence accrue des Allemands, pays à l'honneur cette année, est la place prise par l'international. Au premier jour du marché, France Télévisions a lancé le Global Doc, "partenariat de groupes audiovisuels publics dont l'objectif est la cocréation de documentaires ambitieux", résume Caroline Behar, directrice déléguée du pôle coproductions internationales et achats du groupe public. L'enjeu est aussi d'unir ses forces face aux nouveaux entrants, Netflix en tête. Un temps baptisé l'Alliance Doc, cette réplique au dispositif qui existe déjà pour la fiction, mais élargie à des partenaires non européens, vise à pallier la baisse de financement, d'ailleurs observée au-delà du documentaire. France Télévisions a dû abandonner plusieurs projets, faute de financement, a confié Caroline Behar. Même son de cloche chez Mediawan (ex-AB Thématiques), éditeur de chaînes payantes, producteur et distributeur, qui a souligné chercher des projets susceptibles de se monter à l'international, pour "Toute l'Histoire et Science & Vie TV notamment. C'est "la seule manière de se en sortir aujourd'hui" dans les budgets déjà serrés des thématiques. Avec un investisse-

ment de 11,6 M€ dans le documentaire (production, diffusion et distribution comprises) et une montée qualitative de ses engagements, Mediawan devient un acteur de plus en courtisé en période de tarissement de la ressource, en témoigne la présence dans l'assistance de producteurs exclusivement tournés vers Arte et France Télévisions jusqu'à il y a peu. "Aucun diffuseur n'est à négliger", acquiesce l'un d'entre eux qui souligne une période complexe pour le genre que l'instauration du "guichet unique" de France Télévisions ne faciliterait pas. Ces tensions budgétaires expliquent également, en partie, la passe d'armes entre producteurs et la nouvelle Guilde des auteurs-réalisateurs de reportages et documentaires (*la Gard*, cf. FF n°3864). Certaines des annonces faites par le CNC à La Rochelle n'infléchiront pas la tendance. À partir de 2020, le plan d'économies du Centre, de l'ordre de 30 M€ selon ce dernier (mesures aussitôt contestées par l'Uspsa et le SFI, qui au Sunny Side a plaidé pour un "Grand plan documentaire". À l'aune du premier bilan de la réforme documentaire, le CNC a en revanche fait état de plusieurs chantiers pour ajuster le tir, en particulier autour du bonus international, à la portée limitée, du soutien au documentaire d'investigation via une nouvelle concertation, ou encore celui des séries documentaires actuellement pénalisées par un principe de dégressivité plus rigide qu'en fiction, déplorent une partie des producteurs. L'édition 2020 du Sunny Side est attendue du 22 au 25 juin. Elle aura pour thématique l'Histoire. ✦

www.lefilmfrancais.com  
Retrouvez l'actualité détaillée du Sunny Side 2019

#### LES PITCHES LAURÉATS

- **SCIENCE** : *Scat Man* (Terra Mater Factual Studios, Autriche; auteure: Ruth Berry)
- **SOCIÉTÉ ET INVESTIGATION** : *Nenets vs Gaz* (Little Big Story, France; auteur: Sergio Ghizzardi)
- **HISTOIRE** : *Antoine the Fortunate* (Anemon, Grèce; Les Films du Balibar, France; auteure: Nefin Dinc)
- **ARTS ET CULTURE** : *Kubrick par Kubrick* (Temps Noir, Arte, France; auteur: Grégory Monro)
- **HISTOIRE NATURELLE ET ANIMALIER** : *Turtle Walkers* (Emaho Films, Inde; auteure: Taira Malaney)



### ECRAN TOTAL

03/07/2019

# écran total

Pays : FR  
Périodicité : Hebdomadaire



Date : Du 03 au 09  
juillet 2019  
Journaliste : Lucas Fillon



Page 1/1

## Une 30<sup>e</sup> édition au sommet pour Sunny Side

★ Le marché a réuni 2300 accrédités et voit ainsi sa fréquentation augmenter de 15%. Quant à la 3<sup>e</sup> édition de PiXii, elle s'avère être un succès.

La 30<sup>e</sup> édition de Sunny Side of the Doc, le marché international du documentaire et des expériences narratives, s'est déroulée du 24 au 27 juin à La Rochelle. Marquée par une fréquentation en hausse de 15% pour atteindre 2300 accrédités, cette édition a enregistré une présence accrue des professionnels allemands, dont le pays était à l'honneur cette année. Quelque 150 producteurs, diffuseurs et représentants des fonds de soutien régionaux ont fait le déplacement pour initier des coproductions internationales. "Nous avons également constaté une hausse significative de l'ordre de 25% des professionnels britanniques – ce qui valide la stratégie que nous avons mise en place depuis plusieurs années", souligne Yves Jeanneau, commissaire général des marchés Sunny Side.

Le marché a également été le lieu d'annonces, comme celle la collaboration entre la société de production et de distribution française ZED et la chaîne chinoise CCTV9, qui pro-

duisent ensemble la série animalière *Wild Treasures Of China* (5 x 52'). Tournée au cœur des espaces sauvages de la Chine, la série s'intéresse tout particulièrement aux espèces rares qui repeuplent peu à peu ses immenses étendues sauvages. Dotée d'un budget de 3 M€ et tournée en 4K au plus près d'une faune secrète dont elle capte les comportements les plus insaisissables, elle célèbre la splendeur de la nature pour sensibiliser sur sa fragilité.

### L'Histoire à l'honneur en 2020

Dans le même temps, la 3<sup>e</sup> édition de PiXii Festival (Parcours interactif d'expériences immersives et innovantes), a, elle aussi, suscité un intérêt fort de la part des professionnels, mais également du grand public qui a pu tester pendant les quatre jours les différents dispositifs immersifs proposés. PiXii Festival s'impose désormais comme un événement grand public fédérateur sur La Rochelle et la région Nouvelle-Aquitaine. "Cette 30<sup>e</sup> édition représente la quintessence de ce que voulait être Sunny Side of the Doc. Aujourd'hui, ce sont 70 pays présents, 2300 professionnels avec une progression des représentants étrangers. Tout est en train de basculer dans une dimension que nous ne faisons qu'espérer et



Yves Jeanneau, commissaire général des marchés Sunny Side.

qui se réalise. Sunny Side, à l'origine, était un rêve utopique quasi impossible. Cette édition en est la concrétisation et c'est un grand plaisir", ajoute Yves Jeanneau. La 31<sup>e</sup> édition de Sunny Side of the Doc se tiendra du 22 au 25 juin 2020 à La Rochelle avec l'histoire comme thématique principale.

Lucas Fillon

### Le palmarès complet

**Grand prix PiXii :** *Claude Monet, l'obsession des nymphéas*. Réalisateur : Nicolas Thépot (Lucid Realities, France)  
**Pitch science :** *Scat Man*. Autrice : Ruth Berry (Terra Mater Factual Studios GmbH, Autriche)

**Pitch arts et culture :** *Kubrick par Kubrick*. Auteur : Gregory Monroe (Temps Noir, France).

**Pitch histoire naturelle et animalier :** *Turtle Walkers*. Autrice : Taira Malaney (Emaho Films, Inde)

**Pitch société et investigation :** *Nenets vs Gaz*. Auteur : Sergio Ghizzardi (Little Big Story, France).

**Pitch histoire :** *Antoine The Fortunat*. Autrice : Nefin Dinc (Anemon, Grèce, Les Films du Balibari, France).

**East Doc Market Award :** *Nenets vs Gaz*. Auteur : Sergio Ghizzardi (Little Big Story, France).



## Les promesses de Netflix

★ Pour la première fois de l'histoire de Sunny Side of the Doc, Netflix a présenté, le 25 juin, un aperçu de ses projets documentaires.

La présentation était très attendue par les réalisateurs et les producteurs. Dans un auditorium copieusement rempli, Diego Buñuel, directeur du documentaire chez Netflix, a même été contraint d'animer une deuxième session de présentation de la stratégie documentaire de la plateforme aux 155 millions d'abonnés répartis dans 190 pays.

Sur Netflix, le documentaire a gagné ses galons de genre "populaire". Diego Buñuel assure que "deux tiers des abonnés ont regardé ces derniers mois un documentaire original". En 2019, *Our Planet*, narré par David Attenborough, *Fyre*, réalisé par Chris Smith et coproduit par Jerry Media (Etats-Unis), *Knock Down the House*, signé Rachel Lears, ont compté parmi les "très beaux succès" de la plateforme. Le secret de cette réussite ? Une bonne histoire, rien de plus. "Nous ne cherchons pas des thèmes en particulier, mais un sujet que l'on puisse suivre avec fascination", jure Diego Buñuel, récitant la maxime empruntée à Goethe : "Peu de gens ont de l'imagination pour la réalité."

### Netflix poursuivra ses investissements en Europe

Cette conférence devant les professionnels du secteur était aussi l'occasion de lever les doutes sur les secrets de fabrication de la plateforme : "Ce ne sont pas les algorithmes qui décident de ce que nous faisons et de ce que nous devons financer." Selon Diego Buñuel, tous les membres de son équipe, tels que Sarafina Di Felice, responsable des acquisitions, qui écume les grands festivals, ne

prennent "jamais de décisions créatives sans raison". À l'image de ce dirigeant, qui a commencé sa carrière comme reporter de guerre, chaque membre de la division documentaire du géant américain a travaillé comme réalisateur ou producteur. "C'est ce qui nous permet de bien comprendre le marché international, de mesurer les besoins réels – financiers, matériels, en nombre de journées de tournage – pour une production."

Sûr de son expertise, Diego Buñuel affirme "vouloir travailler avec les meilleurs, en particulier en Europe, qui constitue notre meilleur marché". Le Vieux Continent constitue une cible toute trouvée pour développer sa stratégie du "local, global et glocal". Convaincu que les grandes histoires dépassent les frontières, le directeur du documentaire chez Netflix émet le désir de faire émerger de nouvelles signatures, des voix singulières et des narrations innovantes. En France, la plateforme portera un éclairage tout particulier sur le documentaire consacré à l'affaire Grégory Villemain, produit par Élodie Polo Ackermann (Lagardère Studios) et réalisé par Gilles Marchand, qui sera diffusé à la fin de l'année.

Aux producteurs, auteurs et réalisateurs présents dans la salle, il a envoyé une invitation pleine d'espoir : "envoyez-nous vos projets !", indiquant toutefois que Netflix cherchera toujours à obtenir "des droits longs", afin que tous ses abonnés, qu'ils résident à Paris, à Santiago, Singapour ou Cincinnati, puissent bénéficier de l'intégralité de ses contenus originaux au même moment. Le géant américain se situant délibérément sur le marché du divertissement, Diego Buñuel ne s'interdit pas de pencher vers des documentaires "traités avec humour, comme le très drôle *The Legend of Cocaine Island*".

Xavier Renard

## C21 MEDIA

03/07/2019

# C21Media

SCHEDULE WATCH ALERT: German pubcaster ZDF's flagship factual strand Terra X has a number of opportunities for the right projects and partners. Gün Akyuz reports.



Ricarda Schlosshan

Long-established blue-chip documentary strand Terra X is key to German pubcaster ZDF's weekly schedule.

Operated by the broadcaster's history and society department, it's the most successful TV documentary brand in the German-speaking world, according to Ricarda Schlosshan, who has been one of a team of 17 commissioning editors on Terra X since 2013.

Terra X's output amounts to 50 evenings across the year, 60% of which is full commissions, with eight evenings of in-house productions and up to 10 coproductions.

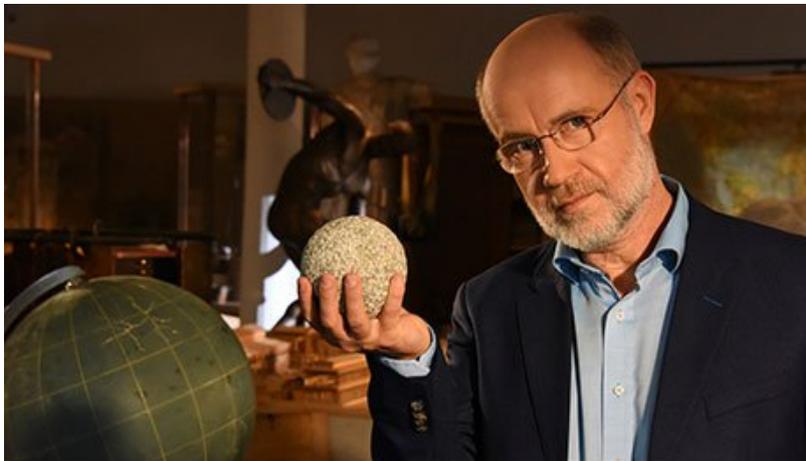
Occupying a prime Sunday 19.30 slot, the 37-year-old brand last year averaged four million viewers per week, a 13.2% share of all viewers and a 6.5% share of younger audiences. So far this year, it has averaged 14% of all viewers.

"When people watch Terra X, they expect to be entertained, while trusting the validity of Terra X facts and information," said Schlosshan at last week's Sunny Side of the Doc event. "Like all broadcasters, we have a problem in that we don't attract enough young people, but we are still above ZDF's average considering younger viewers."

With this in mind, ZDF has been growing its presence on social media platforms such as Facebook, Instagram and YouTube. On the latter it fields two channels, which are rapidly gaining subscribers, according to Schlosshan.

Terra X programmes are also accessible on the pubcaster's VoD platform, Mediathek, which makes titles available for up to 10 years, some of them downloadable, depending on the rights situation.

"Younger viewers often just don't watch TV anymore; they're more often on YouTube. So that is why we try as often as we can to put whole documentaries on there, and that indeed attracts younger viewers. We also create our own clips on YouTube to attract them," Schlosshan said.



Ungelöste Fälle der Archäologie (Unsolved Cases of Archaeology)

Terra X's brief covers a variety of subjects, spanning pre-20th century history, archaeology, natural history and wildlife, and science. The latter two are currently the strand's most popular topics, having overtaken history and archaeology. Curiously however, history content is more popular on YouTube. "We don't know why, but there seems to be more interest in history and much less on wildlife," Schlosshan noted.

On the history front last year was Journey of Mankind (Reise der Menschheit), a three-part series on the migration of Homo sapiens, presented by Dirk Steffens. Another example is Die Europa-Saga, a six-part series presented by Sir Christopher Clark that explored the origins of Europe and how it shaped our thinking and enriched the world.

In addition, Schlosshan highlighted regular production Ein Tag in... (A Day In), which looks at ordinary citizens, such as a fireman or a midwife, in eras from Ancient Rome to medieval Germany and 18th century Paris.

Terra X's approach to archaeology-focused content is driven by questions like "where do we come from and what do we believe in?" said Schlosshan. As an example, the exec pointed to last year's two-parter *Ungelöste Fälle der Archäologie* (Unsolved Cases of Archaeology), which attempted to provide answers to how the large stones used to build Stonehenge got there and what was the stone spheres of Costa Rica were for.

The presence of natural history and wildlife content on Terra X has been increased of late. Schlosshan highlighted two shows as evidence: *Russia from Above*, which launched in January and offered viewers spectacular aerial footage of Russia; and BBC Studios' new six-parter *Serengeti*, produced by Simon Fuller and John Downer, which follows the lives of a group of savannah animals for a year. The latter comes to Terra X as part of ZDF's pre-buy agreement with BBCS.



*Russia from Above* launched on the Terra X strand in January

A regular returning Terra X title is in-house production *Faszination Erde* (Fascinating Earth), which looks at interesting places around the world. Other in-house productions in the pipeline include a show about the Anthropocene era, examining the impact of the current age of humanity on the planet, as well as a film on biodiversity.

"Many of these films show the beauty of the world, but we don't do explicitly environmental films," Schlosshan explained. "But we do

increasingly include current issues and questions about how we interact with our planet and its inhabitants."

Discussing science content, another pillar in the Terra X strand, the exec said: "We're very strong on good, solid science, [including] films [asking] when did we start measuring the world and does size matter," said Schlosshan, citing last year's series Terra X: Earth – Moon – Mars (3x45'). From prodco Gruppe 5, the show followed German astronaut Alexander Gerst on his second mission to the International Space Station and investigated the possibility of man living on the Moon or Mars.

Explaining Terra X's overall approach to documentaries, Schlosshan said: "We follow and film archaeological or scientific expeditions, so we're always interested in new findings or new expeditions. Complex matters are explained by filming experts at work or showing or filming the places, documents or artefacts in question."

Terra X documentaries will sometimes also use re-enactments to illustrate certain actions and/or draw the viewer into the action emotionally, added Schlosshan. "Of course, we use CGI to visualise complex matters or to bring lost worlds back to life," she said.

The strand's shows are frequently presenter-driven, although not invariably, with Fascinating Earth being fronted by archaeologists, for example. "We used to use actors but this didn't really work for us, so we prefer to have scientists or experts in front of the camera to take us through a film," Schlosshan explained. "But, as I say, it doesn't have to be [this way]."



Earth – Moon – Mars focuses on German astronaut Alexander Gerst

When it comes to coproductions, ZDF is keen on German presenters and experts in its films. "Normally, we wouldn't want an English-speaking presenter on our programmes," Schlosshan said. "Sometimes it's possible for a presenter to be exchanged when we do a coproduction, where one partner has the English-speaking presenter and we would have a German-speaking one."

In terms of content being sought for Terra X, Schlosshan said a broad range of worldwide subjects would be considered. Although a lot of its wildlife needs are serviced through its BBC Studios deal, ZDF would still be open to new pitches in that area for the right show, either as commissions or as coproductions with foreign producers. However, Schlosshan noted that ZDF mainly works with German producers. It also acquires very few finished programmes.

Of little interest are current affairs-driven subjects or true crime, although the strand has delved into the history of forensics, Schlosshan said. Terra X's usual format is 44-minute episodes within two- or three-part series. It will also occasionally run 60-minute episodes, and longer series of up to six parts (such as Die Europa-Saga).

Schlosshan indicated that budgets for a fully commissioned film range from €280,000 to €400,000, with ZDF willing to contribute around €100,000 to coproductions.

"We're always happy to receive treatments at ZDF. It makes sense to first send a treatment so we can see whether it fits our slot or not," she added.



## C21 MEDIA

03/07/2019

C21Media

Signed in as: [webmaster@sunnysideofthedoc.com](mailto:webmaster@sunnysideofthedoc.com)

[SUBSCRIBE](#) [RSS](#) [SHOP](#) [ABOUT C21](#) [CONTACT](#) [MY ACCOUNT](#) [SIGN OUT](#)

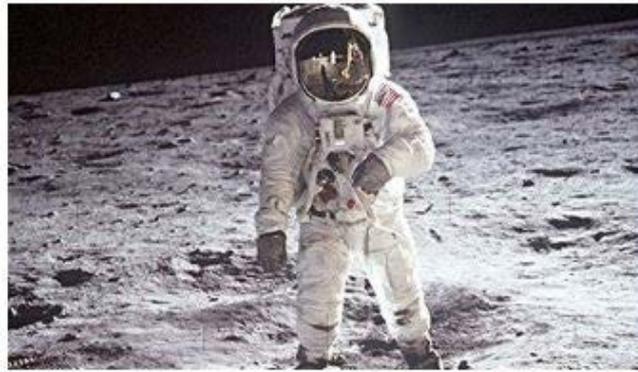
[Home](#) [News](#) [Perspective](#) [Sections](#) [Reports](#) [Mediabase](#) [Events](#) [Podcast](#) [C21TV](#) [C21Screenings](#) [Schedule](#)

Home > Features > [Sunny Side of the Moon](#)



### Sunny Side of the Moon

Sunny Side of the Doc this year shone the spotlight on space exploration, the future of science content and a series about poop, while passing important milestones. Gün Akyuz reports.



Space-related content included Nat Geo's Apollo: Missions to the Moon

Sunny Side of the Doc, the television industry's veteran annual factual coproduction and networking rendezvous in France, passed a handful of milestones this year.

Marking its own 30-year presence on the international scene, the four-day event attracted an all-time record number of delegates this year – approaching 2,300. This was up 13% year-on-year, bringing an unprecedented 70-plus countries from across the globe together, with a significant rise in UK and US attendances.

Sunny Side's raison d'être is documentary coproductions, partnerships and collaborations, a marketplace that founder Yves Jeanneau pointed out didn't exist when it launched back in 1989 to help professionalise and internationalise the documentary sector.



Yves Jeanneau

Three decades on and the landscape couldn't be more different. Coproductions have become a fact of life for high-end documentary producers and broadcasters alike, as they compete for budgets and viewers' attention in what is now an entirely globalised marketplace spread over free-to-air, pay TV and a growing array of digital platforms. "The big, ambitious projects from France, Germany or the UK all need partners. It's a necessity now compared with 30 years ago," said Jeanneau.





French media group Mediawan joined France's heavy hitters – including pubcaster France Télévisions, pay TV operator Canal+ Group and Franco-German pubcaster Arte – in issuing the annual call for new projects. Mediawan fields 10 factual channels, following its acquisition of AB Group two years ago, and is in the market for up to 150 pre-buys per year.

Netflix also made an appearance, with a long queue of delegates forming to hear the streamer's director of original documentaries, Diego Bunuel, outline its growing factual needs. He also rebutted the persistent suggestion that it commissions via algorithm, citing the Sir David Attenborough-fronted doc series *Our Planet* as proving the scale of its ambitions. Of particular interest to European producers was that Netflix is keen to increase its output of original non-English-language documentaries for both local and global audiences.

However, there were plenty of other heavyweights present to remind delegates of their established factual credentials and their appetite for international partnerships. North American broadcasters included PBS, offering a deep dive into its 45-year-old science brand *Nova*, which is also a significant promoter of science, technology, engineering and mathematics (STEM) education through an extensive outreach programme and has a growing multimedia, multiplatform presence.

Canadian broadcaster CBC's flagship science and nature strand *The Nature of Things* coproduces around half of its 18 original commissions each year. Other broadcasters there included National Geographic, Smithsonian and Germany's ZDF, which shined a spotlight on its 37-year-old blue-chip doc strand *Terra X*. China's CCTV was there in force with its factual slate, including space mission doc *China: The Mission to the Moon* (1x90'/3x52') and new coproduction *Wild Treasures of China*.

As this year's country of focus, Germany's private broadcasters, including RTL Group's nTV, independent factual linear and VoD channel Planet and Autentic's two pay channels, were on hand to discuss their factual priorities. Some were attending for the first time and were joined by regional funding bodies from across the country.

And as if anyone still needed persuading, the 40°C-plus temperatures roasting France last week were an emphatic reminder of why Sunny Side's headline theme this year, *Stand Up For Science*, matters.



David Attenborough-fronted Netflix doc *Our Planet*.

Having banned plastic bottles from the event, Jeanneau said the focus had been a political decision. "Science has made mistakes. [Scientists have] not being generous enough in explaining and communicating complex issues to the general public. They've lost confidence," said Jeanneau. "As a result, people have been rejecting science and people can say global warming doesn't exist or the Earth is flat. That's why we have to stand up for science."

Given Sunny Side's science focus – although one suspects it would have happened anyway – there was a glut of high-end Moon- and space-related documentaries on display to mark the 50th anniversary of the Apollo 11 mission this month.

Among the more eye-catching was Nat Geo's Apollo: Missions to the Moon (1x120'). Exec produced by Tom Jennings the documentary was commissioned out of the network's global offices in London by commissioning editor Bernadette McDaid and executive VP of programming and development Hamish Mykura back in 2017.

It boasts access to thousands of hours of original Nasa footage, capturing all the Apollo Moon missions, some digitised and all of it synched for the first time with a separate never-before-heard audio feed, which includes black box recordings from the Apollo missions and audio from mission control. This was accompanied by a score from Hans Zimmer to add to the drama and help get the viewing public involved with the astronauts.



Bernadette McDaid

McDaid also emphasised the need for entertaining and relatable science programming, describing her own approach at Nat Geo as "entertainment first, story first and science by stealth." Recalling her own science education at school, McDaid said there was a need to make STEM subjects more appealing, to ignite children's imaginations and make content accessible and relatable, adding: "Tom's story is told brilliantly." She also highlighted other approaches Nat Geo is deploying to engage younger

viewers, including its Science of Stupid YouTube videos.

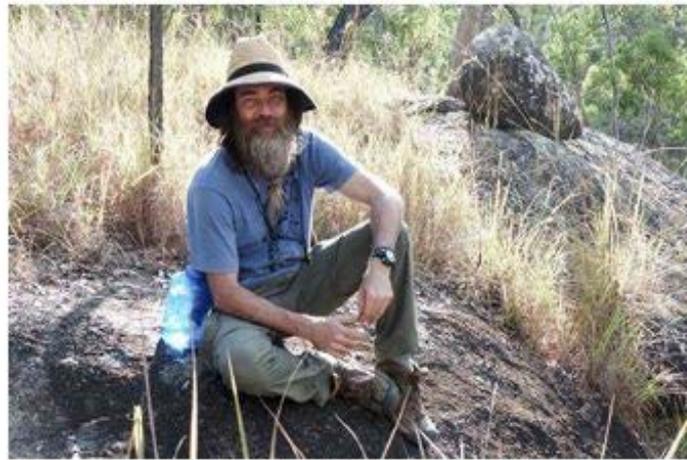
Even Smithsonian's Chris Hoelzl admitted, in a separate session, that science docs were "a struggle" to get, and currently represent only 5-10% of its current production slate of 200 hours. "Technology is easy to get, you can acquire shows on building bridges and skyscrapers but we're actively searching for science. It's a real need for us," he said. "A lot of science is really hard to explain to people, like AI, dark matter and dark energy. These things don't lend themselves necessarily to television, or if they do I'm waiting for [programme makers] to tell me how."

As part of its science focus, the event also looked at television's role in why audiences no longer respond to scientific facts, with Sir David Attenborough's stark warning about plastic pollution and climate change in 2017's Blue Planet II still probably one of the best examples of a message that hit home. It raised the issue of how to solve the problem by using presenters who can communicate science effectively, impartially and in a way that engages viewers.



One session, entitled 'Science is not enough – the science of science communication,' saw science presenter and writer Matthew Shribman; Dietram Scheufele, John E Ross professor at the University of Wisconsin-Madison; and documentary producer and director Ruth Berry, debate the issue and the very existence of science programmes with British author and researcher Dave Murphy.

Murphy, who believes the world is flat and that global warming doesn't exist, said of his own shift in beliefs: "We don't have time to ask all the questions so we defer to experts. But when we do take the time to find out, nine times out of 10 it's not true."



Ruth Berry's Scat Man won the science pitch

Science is losing out because people are no longer interested merely in facts and instead now engage in what psychologists refer to as 'motivated reasoning,' responding to those things that match their values and beliefs, argued Scheufele.

"Trump is winning because people don't just want facts. The Democrats concentrated on facts but that didn't help them. Do I smoke a cigarette because I don't know the facts?" he said, and suggested that the media in general needed more "translators" of science. "Our job is to inform a much broader conversation that goes well beyond science, with science. It's a new type of problem and the challenge we face."

One of the event's shortlisted science documentary pitches even homed in on that very issue: The Doubt Makers (La Fabrique de L'Ignorance) from French prodco Zed interrogates how science, from vaccines to pesticides to climate change, is being manipulated to preserve the interests of industry. The 1x52' and 1x90' film (in both English- and French-language versions) is being coproduced by Arte France and RTS in Switzerland and is seeking additional copro funding.

But it was Berry's own series, Scat Man (6x30'), with Austria's Terra Mater Factual Studios, which won the science pitch, beating five other projects shortlisted in the category. The show, created by Berry and presented by Australian ecologist Scott Burnett, presents an accessible take on the wonders of excrement and its role in the global ecosystem.

Next year it will be history's turn in the Sunny Side spotlight, and it promises to be no less thought-provoking. With no memory of what's gone before, history risks repeating itself, said Jeanneau, referencing the currently polarised political climate. "It's our responsibility to address it," he said.



Gun Akyuz  
03-07-2019  
©C21Media



**LA LETTRE DE L'AUDIOVISUEL**

02/07/2019

**LA LETTRE**  
DE L'AUDIOVISUEL

Pays : FR  
Périodicité : Quotidien



Date : 02 juillet 2019  
Page de l'article : p.3  
Journaliste : Clément Machetto



Page 1/1

# Bruno Patino : "Le documentaire est la colonne vertébrale d'Arte"

**INTERVIEW.** A l'occasion de la présentation de la saison documentaire 2019-2020 d'Arte, le directeur éditorial de la chaîne franco-allemande, Bruno Patino, s'est exprimé sur la spécificité d'Arte en matière de documentaire ainsi que sur les économies demandées à la chaîne.

**Quelle est votre feuille de route pour la saison documentaire 2019-2020 sur Arte ?**

La richesse, la diversité et la cohérence du regard, c'est ce qui fait la feuille de route d'Arte. Dans cette ouverture d'espace, il y a aussi toutes les formes et tous les usages numériques qui peuvent exister. Après, les axes sont toujours les mêmes. On fait des récits documentaires de toutes les sortes. Nous avons à la fois de très grands documentaires signés par de très grands documentaristes. Le festival du documentaire d'Arte, diffusé du 23 au 27 juin, en est un exemple. Nous avons aussi de grandes investigations comme sur le marché de l'eau, ou bien sur le business vert. Nous avons des récits historiques à travers de grandes sagas événementielles. "La Conquête de la Lune" va être un événement colossal durant trois soirs de suite puisque les téléspectateurs pourront voir cette histoire comme ils ne l'avaient jamais vue auparavant. Nous avons donc de très grands récits, sagas et auteurs, mais aussi des sujets, que vous connaissez peut-être déjà, que vous découvrez sur tous les tons possibles (scientifique, pop culture, etc.). Bref, notre feuille de route, c'est d'être la chaîne qui propose l'offre la plus riche possible en termes de documentaires, de nombre de films, d'écriture, de format ou d'histoire.

**Vous n'avez pas de grille d'été. Est-ce une force sur laquelle vous misez ?**

Oui, toujours. On se vit comme des éditeurs, en réalité. La force du documentaire, c'est d'être en permanence sur plusieurs films, sur des idées, sur des projets, sur des premiers jets etc.. Comme toutes les équipes chez nous travaillent sur des récits en permanence, on lance de nouvelles séries et de nouveaux documentaires en permanence. Il n'y a absolument aucune raison pour que nous n'ayons pas de documentaires exceptionnels durant la saison estivale. Nous savons bien que nos téléspectateurs aiment ce moment d'été où ils ont un peu plus de temps pour découvrir un peu plus de choses, que ce soit sur l'antenne ou sur le numérique, qu'ils n'auraient pas forcément le temps de découvrir durant l'année.

**Comment parvenez-vous à proposer du contenu toujours plus premium que vos concurrents dans ce domaine ?**

C'est vrai que le genre du documentaire est prisé, mais pour Arte, c'est la colonne vertébrale de la chaîne. Arte s'est construite autour du film documentaire. Pour nous, ce n'est pas une stratégie du moment. C'est



vraiment constitutif de la chaîne. Nous produisons 488 heures de documentaires par an. Cela fait que nous possédons un savoir-faire qui est constitutif de la politique d'Arte. Pour nous distinguer de la concurrence, déjà, nous produisons plus que nous achetons. C'est très important car beaucoup de gens achètent en ce moment du documentaire pour remplir les grilles alors que nous en produisons énormément. Nous avons depuis longtemps cette idée d'être coproducteur avec des partenaires (PBS, BBC, ABC etc.). L'offre premium, pour nous, tient à la quantité de travail que l'on fournit, et pas uniquement à l'investissement monétaire. On se focalise sur la qualité des récits et nous avons la chance de travailler avec les meilleurs documentaristes.

**Qu'allez-vous chercher au Sunny Side of the Doc ?**

Nous trouvons intéressant le parti pris du Sunny Side d'avoir des thématiques, des points forts ou des spécificités chaque année. Nous pourrions faire une présentation au Sunny Side qui durerait 10 à 12 heures tellement nous avons de documentaires dans notre catalogue. Nous avons décidé de jouer le jeu du festival et d'être sur son point fort annuel. Comme notre offre est multiple et qu'elle couvre tous les champs, aucune année ne nous fait peur. Cette année, c'est la science et nous mettrons donc en avant les documentaires de notre case science hebdomadaire. Notre offre science s'étoffe aussi en ligne avec une chaîne YouTube baptisée Le Vortex. Nous allons montrer la diversité des programmes de la chaîne puisque nous avons aussi de grandes

séries scientifiques comme "L'Odyssée interstellaire".

**Comment parvenez-vous à vous démarquer sur le numérique ?**

L'enjeu, quand vous êtes présent dans l'univers numérique, et que vous produisez spécifiquement pour cet univers, ce n'est pas de publier ou de diffuser, mais de faire découvrir. Ce n'est pas facile et cela requiert à la fois de la recommandation sociale sur les réseaux sociaux et de la recommandation humaine. La recommandation peut parfois être technologique grâce au mécanisme de lecture suivie après un programme. On essaye petit à petit de maîtriser tout ceci lorsqu'on éditorialiste notre site ou nos chaînes YouTube. Nous sommes sur Instagram et sur Snapchat, non pas dans une idée de puissance, mais dans une idée de pertinence et d'affinité. C'est ce qui va nous permettre d'être découverts.

**Avec la volonté de toucher un public plus jeune peut-être ?**

Quand on fait un temps fort hip-hop par exemple, nous aurons évidemment un public plus jeune que lorsque nous faisons Mozart à Salzbourg. Mais j'ai la volonté de toucher tout le monde.

**Les investissements dans le doc ont été sanctuarisés sur le service public. Trouvez-vous ce "privilège" justifié ?**

Arte doit faire des économies, comme tous les médias de l'audiovisuel public. La politique de la chaîne a toujours été celle suivie par Véronique Cayla depuis qu'elle est présidente, y compris quand l'Etat ne lui demandait pas de resserrer le budget. En fait, chaque économie faite à un moment donné sur le fonctionnement de la chaîne était reversée dans les programmes. Les programmes ont toujours été prioritaires chez Arte. Maintenant qu'il y a des économies à faire, on voit que les programmes sont toujours protégés et que la création est sanctuarisée. Je crois à la force qu'apportent les récits pour ceux qui les regardent. Il y a une force émancipatrice dans le récit car vous faites travailler votre imagination et que vous êtes touché par les émotions. Les récits documentaires sont au cœur de cette richesse que l'on donne aux téléspectateurs. Il est donc normal que ce soit la priorité de cette chaîne et qu'elle fasse tout sanctuariser les documentaires. C'est ce qui touche le plus le public qui nous regarde et c'est pour ça qu'il pense la chaîne utile et son offre éditoriale précieuse.

Propos recueillis par Clément Machetto



## DocumentaryBusiness.com

Peter Hamilton Consultants, Inc

Home Index Bio Key Events Podcasts Consultations Studies

### Netflix's Documentary Strategy. Diego Buñuel's presentation at Sunny Side of the Doc reported in detail by D-Word's Eli Brown

2019 JULY 1

Netflix programming exec **Diego Buñuel** presented to two standing-room-only audiences last Tuesday at Sunny Side of the Doc in beautiful La Rochelle.

- ★ It was the 'event with the event.'
- ★ Delegates lined up for an hour beforehand to secure their seats.
- ★ Netflix is that hot!

The generous Diego is a former producer who comes from *that* great family in the history of the cinema.

- ★ His very informative "Working With Netflix" presentation was captured by **D-Word's Eli Brown**.
- ★ If you don't know about the **D Word community**, **sign up right now! It's free!**

Following are Eli's **D Word notes**.

- ★ I have *marked places* where Diego shared a slide or clip, but these are not available right now.
- ★ Many thanks Eli and D-Word on behalf of my readers!
- ★ And congrats to Sunny Side for producing a ground-breaking session.



© StudioQuest / Jean-François Augé / Sunny Side Of The Doc 2019

### Diego Buñuel's Presentation "Working With Netflix"

#### Big Numbers

I want to start with a few big numbers:

- ★ 190 countries. Netflix is a global platform. When we launch a program, it's available everywhere at the same time
- ★ 38 languages. The technological feat of this is insane. We are a big tech company and not just a content company.
- ★ 155 million members worldwide.
- ★ About 400 million viewers, total. A lot of people watch Netflix on a global scale!
- ★ Netflix is available on over 1,600 devices. I didn't know there were that many devices!

#### Programs that Punch Through!

- ★ We are an entertainment company.
- ★ The pitches you want to pitch to us need to answer the question, "Is your story strong enough to punch through?"
- ★ There is no series, documentary or film section: there is just rows of stories. So, it's the strength of the narrative of the story and the entertainment value of the story.
- ★ There is the couch test. It's Tuesday night, you're on your couch and you turn on Netflix, do you want to see your story? Because there's Marvel or a Space sci-fi story — does your story punch through the grid and make yourself interesting to the people who are watching?

#### PETER HAMILTON CONSULTANTS

I work with channels, governments, non-profits, investors and producers on their business development projects. My clients since 1987 have included CBS, NBC, Discovery, A+E Networks, Scripps, Nat Geo, Smithsonian, BBC, Canal+ and Singapore's IMDA. My credits include productions with Bill Gates and David Attenborough. **Peter Hamilton Consultants, Inc.** is based in New York.



#### STRATEGIC CONSULTING SERVICES

My consulting practice focuses on the planning, development, funding, production, distribution and marketing of documentaries, specials, series, giant screen and online projects. The work ranges from CEO-ready business plans to short-term consults. My team enjoys access to the latest proprietary television ratings, social media and consumer research findings. **Read more here...**

[Subscribe Now, It's Free!](#)

#### LATEST PODCASTS

**Podcast: CuriosityStream's CEO Clint Stinchcomb on the Highlights of Offering a Competitive Documentary Direct-To-Consumer Service**

**THE SIEGE OF MECCA: A Podcast with Producer Dirk van den Berg**

**UNITED SKATES Case Study: Five Years from Inspiration to Tribeca & HBO. Podcasts with Tina Brown & Dyana Winkler, Co-producers & -directors**

[> Listen to All Podcasts](#)

#### Sponsorship Opportunities



#### WORKSHOPS



### Testing! Testing! Testing!

- ★ We have 300 million homepages built per day. Every day, we build specific rows and content on your homepage. We have more content than you'll see on your home page. That's how the algorithm works, it pushes a certain content for you. Your Netflix is not the same as my Netflix. Here is a slide about optimizing the artwork for discovery on the site. All these images were created around the Our Planet (there is a grid of 16 slides).
- ★ Global icons are different depending on where you are. We create 20-30 icons per title and we test them every day and if you go on and no one is clicking on a certain icon, we'll swap it for a different one. You're not just 1 icon among a bunch of other ones. We test every icon in different countries and different territories.

### So, let's talk about documentary and feature films.

- ★ There is a quote – "Few People have the imagination for reality." I think that in my career that sentence explains why I'm fascinated by documentary. I'm sick of scripted shows based on true fact. No one can make up reality, it's that amazing. Here's a trailer of our offerings...
- ★ [The trailer shows the documentaries that are available on Netflix.]
- ★ So, this shows the diversity of the stories that we tell. We have great series, feature docs, mostly contemporary issues. Historical documentaries are not really our thing. I think that history is – we buy history docs, but we don't commission them so much. We feel that we don't bring anything new. We're not going to compete with the broadcasters but to give a different offering. We like contemporary stories; we don't look for themes, we look for stories. I'd rather have 1 great narrative, 1 great character, a dense story that will allow us to talk about the issue that people will follow and be fascinated with.



© StudioCineart / Jean-François Assé / Sunny Side Of The Doc 2019

### The Netflix Algorithm & Netflix People

- ★ Let's talk about the algorithm. The algorithm decides what you will watch, but doesn't decide what we commission. There are people behind this decision making.
- ★ Lisa Nishimura is the head – Kate Townsend and I are in London. Bernardo Loyola, Jason Spingarn-Koff, Adam Del Deo are in LA (US & Canada).
- ★ Kate & I moved to London to be closer to the teams in Europe.
- ★ There are more people – Sarafina DiFelice is in charge of Acquisitions at festivals. So don't call her up – she will see your film there. We don't acquire individual titles. We have acquisition teams in LA that buy catalogs of films.

### Viewing Record

- ★ (Shows a chart)
- ★ Two thirds of the 400 million viewers have watched at least 1 original documentary. I've been in this business for 20 years and the idea that millions of people are watching documentaries is mind-blowing.
- ★ This is something that Netflix has done – we've made documentaries a popular form of entertainment and we're seeing it in our viewership.



The halls are packed with Sunny Side delegates hoping to find a seat for Diego Buñuel's Netflix presentation.

### Success in 2019

- ★ 2019 has been a record start – Our Planet, Knock Down The House, Ted Bundy Tapes, Fyre – we need FUN documentaries. That's the kind of stuff we want. Docs tend to be dark and serious, but there is room for fun. There are 3 formats – Feature Docs.
- ★ We want everything; feature documentaries that we want; it is an object that is carried by a director with an artistic vision of a great story to be told as a feature. Our goal is to be seen at festivals and to create events where people will share in the storytelling. The Legend of Cocaine Island, for instance, is a fun doc that we commissioned. But we want our directors and our producers recognized at these events.
- ★ Shorts – we do several shorts per year, they work very well at the service. Period End of Sentence was our short that won the Oscar last year. We've done a short series, Explained, for instance, that shows something that we like. It's a great format. People watch it on their mobile devices. And limited series – we have been known for, Evil Genius, Wild Wild Country, and many others.
- ★ And we've worked with the best directors in the industry – those are mostly British and American directors. I want to work with the best in Europe. Europe is our biggest market and it is increasing at a tremendous speed. I want to find the great producers and directors and we can all have docs that resonate in Europe and globally.

### Global + Local

- ★ This is part of the strategy – Local – Global – Global. One of the main aspects of this is that there are more Netflix subscribers outside the U.S. than there are in the U.S. And there will be more non-English speakers. I think that this will give us an opportunity to have new voices and new ways of telling a story. We're looking for original, local voices, and strong stories from these countries.
- ★ [Trailer of sample – Killer Ratings]
- ★ I like our subtle trailers... (gets laugh from audience – trailer was VERY over the top with music and editing style).
- ★ This film had a Brazilian team, British producer. Great, insane story. This is one of the important aspects – if the story goes A-B, that's not enough for us. We need A-B-C-D-E-F-Z, crazy stories, that you can't make up. I'm going to show you a trailer of a film for France that fits this Local-to-Local strategy.
- ★ [Trailer of sample – Anelka]
- ★ This is again a local to local strategy. Local doesn't mean it's only going to be shown in the country. Local means that our PR teams will push that title stronger in that territory. As we have higher numbers of subscribers in other countries, we need to start addressing their stories, their narratives and their issues. We need great local stories and great local people to tell the stories.



### What are we looking for?

- ★ Features – distinct, award-winning, undeniable stories. Big things that people can connect to – one word to walk out of this talk with is BIG. We need big things because we are trying to reach a lot of people around the world. If it's not big enough, it will disappear.
- ★ Local stories with a global impact (Local to Global!). This is the new initiative, so we'll start seeing that in parts of Europe, and then in 2021 we'll be in Poland and the Middle East.

### Two teams: Originals and Unscripted

- ★ I represent Original Documentaries, which is distinct from the Unscripted team. They do some documentaries also. What we do at originals is limited series or feature films. A story that ends.
- ★ Anything that has a story that continues, that belongs in our unscripted department. Series-focused things are like You v. Wild, Dating Around, Tidying Up with Marie Kondo, Dope, Queer Eye.

### Coproductions

- ★ The unscripted team is a huge team and they do a lot of co-productions. We don't do many or any co-productions. We fully commission documentaries and we take all rights, all territories, as long as possible. Why? We pay for the rights, but when you launch a film on the service and you have 190 countries, and people are connected globally and they all need to be able to see the same thing for our consumers. If someone in Brazil is watching it and texting his friend in Spain, they need to have the same experience and see the same thing and allow that to travel virally. So we don't give rights to some countries and not others. We only do that with acquisitions.
- ★ Why long rights? How many times have you heard, "Hey, you see this great film?" It will always be there for the future on Netflix so you can track it down and watch it.
- ★ When we launch a film, it generates a huge conversation. We do co-productions in some very small examples. With *The Staircase*, we took global rights outside of France, because it was an American story produced in France. So that is one case where we would do a co-production.

#### True Crime in France

- ★ This is a first look at a documentary coming out in late 2019, it is about a true crime story in France, that instead of focusing on the killing, but about the insanity that gripped the community and the media for about 35 years
- ★ [Trailer - Gregory] That was the first 2 minutes of the first episode and there will be 5 episodes.

#### QUESTION TIME

##### Q: About natural history – how much natural history might you be looking for?

- ★ We're interested in more content, but we've got several in production right now. You can pitch to us. How to pitch to us – we don't do development. So, you have to have a director and production company and you need a full pitch deck, with number of episodes, synopsis, look/feel.

##### Q: How do you pitch?

- ★ There is not enough time to talk to me. First send me an email with the pitch. Then I will answer to you, "This works for us" within 10 days – 2 weeks. But I always give an idea of what works best for us.
- ★ My email is [dbunuel@netflix.com](mailto:dbunuel@netflix.com). I get about 200 a day, so it won't make a big difference if you all email me.

##### You didn't mention Australia?

- ★ Any story that comes through me, I will send to our APAC group. We have an editorial meeting with all of our teams and we go through the projects and take your pitches seriously.

##### Do you have to pitch in English?

- ★ All pitches need to be in English. And trailers work very well for us.

##### How transparent are you going to be with how the filmmaker's programs are working? Are you going to move toward third party verification?

- ★ We are in the middle of a big cultural change at Netflix where we will be giving our talent more information. I'm not really a part of that – that's a big executive decision that they're making. In the UK we started to do our top 10 lists. We usually do something at Netflix that is a big change by testing it and then we, if it works, we will go all the way in on an idea.

##### Your thoughts about increasing the amount of content made by women?

- ★ We need more women directors and more stories about women and minorities. We do well with minorities, we try to reflect the quality and diversity of our audience, but women – we don't have enough stories about women and we need more women directors.

##### I worked with you when you were a producer- what do you remember and miss about being a producer?

- ★ I have no recollection of my previous life!! (Laughs) Everyone who works at Netflix were all directors and producers in the field at one point.
- ★ We understand the field and the budgets and that is very distinctive of our team at Netflix. And the difficulties that you might have we are aware of; we are very much in dialogue with our producers when we work with them.

## Satellifax

Date : 28/06/2019

Heure : 05:47:47

www.satellifax.com

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

### Sunny Side : accord de coproduction entre ZED et CCTV9 sur la série « Wild Treasures of China »

Le producteur **ZED** et la chaîne chinoise **CCTV9** ont annoncé, mardi 25 juin au **Sunny Side of the Doc**, un **accord de coproduction** autour de la série animalière Wild Treasures of China (5 x 52'), tournée en 4K au cœur des espaces sauvages et emblématiques de la Chine. « CCTV9 a été le premier partenaire à s'engager sur la série. On espère que d'autres vont nous rejoindre », a indiqué Manuel Catteau, président de ZED lors d'un point presse.

L'apport de CCTV9 n'a pas été révélé mais il représente « une part importante » du budget de la série qui se monte à 3 millions d'euros. « Le montant significatif investi témoigne du rôle que CCTV9 veut jouer pour que cette série fasse date », a-t-il ajouté. Le premier épisode, qui a nécessité trois ans de tournage, sera livré en février 2020. Il a été prévenu à France Télévisions, qui devrait le diffuser dans une case du dimanche après-midi sur France 5, ainsi qu'à National Geographic Wild, The Smithsonian Channel (Etats-Unis et Canada) et NDR (Allemagne). Les 2 e et 3 e épisodes sont annoncés pour fin 2021 et les épisodes 4 et 5 pour le printemps 2022, a précisé Manuel Catteau.

#### Caméras slow motion et drones

Chaque épisode de la série s'intéresse à des espèces rares mais emblématiques de la Chine sauvage. Celles-ci repeuplent progressivement d'immenses étendues sauvages des réserves animalières créées en Chine, dans le cadre de la politique de protection de l'environnement. Le premier opus, réalisé par Frédéric Larrey, est consacré à la panthère des neiges. Les suivants seront dédiés au tigre de Sibérie, à l'ours bleu de l'Himalaya, à l'antilope du Tibet et au panda géant.

Pour le premier épisode, les équipes de tournage ont eu recours à des caméras slow motion, qui permettent de faire des ralentis, ainsi que des drones pour un suivi aérien des animaux à plus de 4 000 mètres d'altitude, dans des zones de montagne. « Elles ont réussi à capter des attitudes jamais filmées, notamment des comportements de prédation », a détaillé Manuel Catteau. Pour Yan Shi, dga de CCTV9, ces images rares sont de nature à « devenir des documents de recherche » sur le comportement de ces espèces.



Manuel Catteau (ZED), Yan Shi (CCTV9) et la traductrice chinoise sur le stand de ZED au Sunny Side - © Satellifax



Date : 28/06/2019

Heure : 05:47:47

## Satellifax

www.satellifax.com

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)



La panthère des neiges est au coeur du premier volet de la série sur les animaux rares et emblématiques de la Chine. - © ZED / CCTV



## TBI Weekly: Netflix's rare transparency serves "global inspiration" to producers

By Manori Ravindran | 10 days ago



Netflix's unprecedented transparency in detailing its documentary strategy at this week's Sunny Side of the Doc market in France has provided "global inspiration" to producers while raising the bar for broadcasters.

A year into his role at Netflix, former Canal+ exec Diego Buñuel, who serves as a director of original documentary at the streamer, took the stage in La Rochelle, providing key insights into the streamer's plans for originals - particularly global-facing non-English language fare.

He detailed the exec structure for docs; explained how the documentary team differs from the non-scripted series team; flagged where the co-production opportunities are; and was up-front about the fact that the originals team would do just 2-4 projects out of each market in Europe. It was the type of commissioning brief one would expect of any major broadcaster.

But, crucially, Buñuel didn't deliver just one presentation. He repeated the same presentation immediately afterwards in the same auditorium for the 200-plus delegates who hadn't managed to squeeze into the packed session the first time around.

"That spoke volumes," remarks SBS Australia's Krishan Arora, who was a decision maker at Sunny Side. "I'm pretty sure [no other broadcaster] would have done it again or accommodated that."

Indeed, Buñuel's clarion call for "big" and "fun" documentaries à la *Fyre: The Greatest Party That Never Happened* and *The Legend Of Cocaine Island* (pictured) elevated the crowd, as well as the overall tone of Sunny Side - a relatively traditional documentary market, now in its 30th year, at which largely French and German producers look to piece together funding via pre-sales from European broadcasters.

**"It gave a bit of global inspiration to producers to think of something different or bigger or exciting or more complicated than you would otherwise pitch to French channels, because it's global."**

"It gave a bit of global inspiration to producers to think of something different or bigger or exciting or more complicated than you would otherwise pitch to French channels, because it's global," adds Arora. "They appreciated hearing that you can take one of these stories you struggle to finance with French funds and make it big."

### Non-English language factual catches up

Derren Lawford, creative director of *Cut From A Different Cloth* producer Woodcut Media, agrees that "what Netflix calls global is a really interesting opportunity", citing the Portuguese-language doc series *Killer Ratings* and the forthcoming *Anelka* on French footballer Nicolas Anelka as prime examples of local content that has legs for international audiences.

"What's interesting is they picked [a subject] in France, for France, but which they knew had the potential to travel and that's interesting [as a] way to think about developing ideas," explains Lawford.

"As a Netflix user, I experience it in the drama space. For example, I watched all of *Narcos* and when the [Spanish-language drama] *El Chapo* came up and it was all in Spanish, I didn't care [and still watched it] because it was speaking to a genre that I was really into in terms of drama. So, they've tried it in drama and now they're doing that in factual as well."

Lawford's observations are echoed among distributors such as TCB Media Rights, which attends Sunny Side each year. Founder and CEO Paul Heaney points out that Netflix setting out stall at Sunny Side is "ground-breaking" and symbolises "another evolution" for the SVOD.

### Related Content

- Netflix steps up Arabic production
- Love Nature, Smithsonian, Arte team on 'Stormborn' series
- 'Murder Mystery' breaks viewing record, says Netflix
- Apple TV app launches in more than 100 countries



### FEATURES

[View all](#)



#### How to gain access to restrictive locations

7 days ago



#### Cracking down on co-productions

26th June 2019



#### Kew Media Distribution: Beyond 'Neverland'

25th June 2019



#### TBI Factual Hot Picks - June 2019

25th June 2019



#### Fremantle faces the music

24th June 2019



#### The House that Gurinder built

17th June 2019

"A few years ago, they started doing lots of non-English scripted and we wondered when non-English language unscripted would start making its way forward," he says. "Now, unscripted is coming to match non-English language drama, and that's only good news."

This year, TCB, which specialises in lower-cost factual, came to market with an eye on premium factual and feature docs due to growing demand from broadcasters that are upping their game as a result of Netflix.

"Feature docs are ubiquitous, and you can credit non-linear [services] for that. There was a distributor a few years ago that went bust because it couldn't get singles and features off the ground. Now, they would be thriving," he says. "We're moving more into that area now because we have to be broader, and this is what people want."

There are increasingly clear signs that broadcasters also realise as much – and are becoming more vocal about it.

Søren Schumann, head of department for RBB, a German-language station under Arte, recently commissioned a multi-part doc series telling the story of Berlin from 1990 to 2020 – the kind of noisy, stylish and accessible doc that one can envision on an SVOD grid.

"We have to change the rules and we have to be fast because we are already too late," he says.

"The main argument was that this is a good project: it's sexy, contemporary and we had to do it. And more and more often we have this discussion at Arte [about looking for new projects to sit] alongside the old-school stuff we have."

“

**We have to change the rules and we have to be fast because we are already too late.**

”

"In Germany and France, there is so much money in the system, but we need to focus on fewer [projects], and we have to spend more attention to marketing."

#### Questions remain for Netflix

However, as broadcasters such as RBB raise their own bar to meet SVOD standards, not everyone is convinced by Netflix's new-found openness. Is it, after all, a sign of the service's maturity, or a response to growing competition from the likes of Disney and Apple?

Christine Kiauk, a producer with Germany's Coin Film, producers of feature film *Baghdad In My Shadow* and *Mr Gay Syria*, was heartened by Buñuel's overtures and expansion strategy, but wonders what a Netflix commission may mean in the future for a project's national origin and identity.

"It's positive that different cultural products are mixing, and Netflix isn't only hosting US films, but also Spanish films and shows from Germany. But the question is whether [these programmes] will have to fit into the Netflix model?"

She is also sceptical about the 'local to local' strategy, which she reasons could be easier in theory than in practice.

"It sounds friendly and nice, but I wonder how they will promote [those projects]? Will they simply do this with their algorithms? I am curious how extra promotion in the local market can really work."

Similarly, SBS's Arora, a former factual commissioner with the BBC, cautioned that there is still a long road ahead for those looking to get into business with the streamer, and not all producers realise "how small the eye of the needle is".

"I'm sure everyone else will go off and develop and develop – none of which [Netflix] is funding – but only a few are chosen. They want things made in a particular way and presented in a particular way where the risk is with the producer."

Tags: Diego Buñuel, Factual, Features, Netflix, Sunny Side of the Doc, SVOD, TBI Weekly



## REALSCREEN

28/06/2019



## REALSCREEN

DOCS

### “The Water Lily Obsession”, “Nenets vs Gas” take Sunny Side '19 Awards

By Daniele Alcinii June 28, 2019



#### Top Stories Discovery

##### PEOPLE/BIZ

Discovery's series funding model: "There is uncertainty that needs to be addressed"



With more than 2,300 delegates and 150 international decision-makers, the 30th edition of four-day festival Sunny Side of the Doc wrapped Thursday (June 27) with an awards ceremony that saw *Claude Monet: The Water Lily Obsession* and *Nenets vs Gas* taking home top honors at the French festival's annual awards show.

The 2019 international market for linear and interactive documentaries, which ran from June 24 to 27, welcomed a 13% surge in industry professionals from 70 nations to the western French port city of La Rochelle to forge partnerships and develop international co-productions.

"We have also recorded a significant rise of around 25% in industry professionals from Great Britain – which simply validates the strategy we put in place several years ago," said **Yves Jeanneau**, CEO of Sunny Side markets, in a statement.

Added Jeanneau: "Everything is hurtling towards the outcome we only ever dreamed of. At the start, Sunny Side was a quasi-impossible wishful dream, and this edition has seen that dream become a reality – and what a pleasure that is."

The awards ceremony, which was held in the auditorium of the Espace Encan, saw a total of seven prizes handed out with the biggest winner of the night being Lucid Realities' VR experience *Claude Monet: The Water Lily Obsession* (pictured). The project transports viewers to the garden of Claude Monet in the French town of Giverny in 1883 to explore time and space while immersed in the water lily paintings.

Directed by Nicolas Thépot, *Claude Monet: The Water Lily Obsession* was feted with the Grand Prix PiXii and a prize valued at €5,000 (US\$5,700), with €3,000 provided in cash and a space reserved in PiXii Market 2020, as well as two accreditations for PiXii Festival and Sunny Side of the Doc 2020.

"The innovative presentation allows users to immerse ourselves in the actual material layers of painting. It's both dreamlike and yet rooted in Monet's own words," the jury said in a statement.

Sergio Ghizzardi's *Nenets vs Gas*, meanwhile, took home both the Social & Human Interest Pitch and the East Doc Market Award. The latter prize awarded producer Little Big Story with two accreditations and accommodation for the East Doc Platform 2020 Project and selection for one-to-one meetings with decision makers in Prague.

"We are delighted to award *Nenets vs Gas* the best pitch award for their stunning cinematic presentation of an isolated indigenous community in the center of a resource war. We hope this powerful investigation will impact audiences," the jury said.

The 31st edition of Sunny Side of the Doc will take place in La Rochelle on June 22 to 25, 2020, with history as the main theme.

The complete list of award winners follows below:

#### **GRAND PRIX PIXII**

*CLAUDE MONET: THE WATER LILY OBSESSION*

**Prize:** Prize value of €5,000

**Produced by:** Lucid Realities, France

**Directed by:** Nicolas Thépot

#### **SCIENCE PITCH**

*SCAT MAN*

**Prize:** €3,000

**Produced by:** Terra Mater Factual Studios GmbH,



**NATURAL HISTORY & WILDLIFE PITCH**

*TURTLE WALKERS*

**Prize:** €3,000

**Produced by:** Emaho Films, India

**Author:** Taira Malaney

**ARTS & CULTURE**

*KUBRICK BY KUBRICK*

**Prize:** €3,000

**Produced by:** Temps Noir, France in  
coproduction with ARTE

**Author:** Gregory Monroe

**HISTORY PITCH**

*ANTOINE THE FORTUNATE*

**Prize:** €3,000

**Produced by:** Anemon, Greece / Les Films du ba  
libari, France

**Author:** Nefin Dinc

**SOCIAL & HUMAN INTEREST PITCH**

*NENETS VS GAS*

**Prize:** €3,000

**Produced by:** Little Big Story, France

**Author:** Sergio Ghizzardi

**EAST DOC MARKET AWARD**

*NENETS VS GAS*

**Prize:** 2 accreditations and 2-night  
accommodation for East Doc Platform 2020  
Project selection for one-to-one meetings with  
decision makers in Prague

**Produced by:** Little Big Story, France

**Author:** Sergio Ghizzardi



### C21 MEDIA

28/06/2019

JUIN / JUNE 2019

C21Media

Signed in as: [webmaster@sunnysideofthedoc.com](mailto:webmaster@sunnysideofthedoc.com)

Search C21Media

Home News Perspective Sections Reports Mediatheque Events Podcast C21TV C21Screenings Schedule Watch My C21 Jobs

**SCREENING NOW:** Billy Comedy about the famous ventriloquist Gerard de Groot and his immensely popular puppet Billy

Home > News > Sunny Side wraps with record attendance



### Sunny Side wraps with record attendance

**SUNNY SIDE** Sunny Side of the Doc attracted record attendances to its 30th edition, with industry professionals coming from 70-plus countries.

The coproduction and networking event, held at La Rochelle in France, reported a 13% rise in attendance and 2,250 accreditations. Its headline theme was Stand up for Science and the country of focus was Germany

Notably, the number of industry professionals from the UK and US was up by 25%. More than 150 producers, broadcasters and regional film fund representatives were there, while China and Japan are also regularly represented.



Yves Jeanneau

Yves Jeanneau, the event's founder and CEO, told C21 big broadcasters are coming to the event, bringing larger teams from across their operations, including digital.

"Our goal from the outset was the professionalisation and internationalisation of the documentary sector in a coproduction market that didn't previously exist," said Jeanneau. "This year we had professionals from over 70 countries – it's never been higher."

Jeanneau said the headline theme of Stand Up for Science was a political statement. "Science has made mistakes and been playing bad games through the industry and they're not being generous enough in explaining and communicating complex issues to the general public. They've lost confidence

"As a result, people have been rejecting science, and people can say global warming doesn't exist or the Earth is flat. That's why we have to stand up for science."

Africa remains under-represented, Jeanneau said, but added this was being addressed through the PIXii (Paths of Interaction, Experiences in Immersion & Innovation) Festival, which has piggybacked on the event for the past three years.

The festival helps to connect content producers, cultural stakeholders (such as museums) and technology businesses through digital solutions, bringing in new professionals from the digital world, said Jeanneau.

**Sunny Side** also hosts pitching sessions for projects seeking coproduction partners, under the criteria that they need to have at least 33% of their budget in place

The categories include Science; Natural History and Wildlife; Arts and Culture; Social and Human Interest; and History, plus a further two awards, the East Doc Market award and the Grand Prix PIXiiDotation.

Scoping the science pitch award was Scat Man (6x30'), a project created by Ruth Berry and Austria's Terra Mater Factual Studios, offering a new, accessible perspective on the wonders of excrement and the role it plays in the global ecosystem.

The other pitch winners included Kubrick by Kubrick, about the acclaimed movie director, in the Arts and Culture category. The creator was Gregory Monroe and it is produced by French prodco Temps Noir France in coproduction with Arte.

The Natural History and Wildlife award was claimed by The Turtle Walkers, which highlights the endangered sea turtle population. The author is Taira Malaney and it is produced by Emaho Films of India

The History award went to Antoine the Fortunate, a biographical portrait of Franco-Hungarian cinematographer Antoine Kope. The author is Netin Dinc and it is produced by Greek prodco Anemon and coproduced with France's Les Films du Balibar, with Greek pubcaster ERT on board

The Social and Human Interest pitch was won by Nenets vs Gas, by Sergio Ghizzardi and produced by French prodco Little Big Story. The project scooped the East Doc Market Award for its look at the struggles of the indigenous Siberian Nenets people against the energy industry which wants to "grab their gas-rich land."

Lastly, the Grand Prix PIXii went to Claude Monet: The Water Lily Obsession from French prodco Lucid Realities, directed by Nicolas Thépot.



Gun Alyuz  
28-06-2019  
©C21Media



Send us your news by [clicking here](#)

#### ALSO ON C21MEDIA TODAY

- Noah Media scores Charlton doc
- Atramedia enters operating room
- Remastered Baywatch extends patrol
- Tributes paid to Oz TV's Manzoufas
- Channel 5 takes Alaska's Drugs for Fun
- Worst Witch casts spell in Japan
- Free@Last options detective series
- Nippon TV in top-level reshuffle
- E! drawn to Temptation Island
- Content London wins awards gold
- C5 to top up Milkshake! with YACF
- Olcom welcomes PSBs' kids plans
- HBO Europe enters Wilderness
- Mediapro alum joins Atramedia Studios
- BBC2 orders dementia doc
- Africa's Kwesé TV enters administration
- Candice Renoir investigates in Italy
- Season two of Viaplay's Alex goes global
- C4 to Work on the Wild Side with Waddell
- DLT backs Knowles talent agency venture
- Kavaleer brings current affairs to kids

## A La Rochelle, le Sunny Side of the Doc éclaire les sociétés

Montrer les initiatives positives pour balayer les peurs : c'est la tendance phare du  marché international du documentaire  de La Rochelle, qui se conclura vendredi.

Rarement le Sunny Side of the Doc aura si bien porté son nom — et pas uniquement pour des raisons climatiques. Le marché international du film documentaire, qui se clôt vendredi 27 juin à La Rochelle, braque en effet ses rayons sur les enjeux imminents de nos sociétés en inspirant auteurs, réalisateurs et producteurs venus nombreux, et parfois de loin : Canada, Chine, Japon, Royaume-Uni, Belgique, Allemagne. De leur côté, les chaînes accordent une place croissante aux documentaires, que ce soit en diffusion linéaire, c'est-à-dire à la télévision, ou non-linéaire, sur tout autre écran. Il en ressort une tendance éditoriale convergente quand, en revanche, les stratégies de mise à disposition divisent.

Canal+ en « Eclaireurs »

Canal+ se sent ainsi investi d'une « mission », celle de donner « *aux gens le courage de se projeter dans le futur (sans) peurs, qui sont un danger pour la démocratie* », explique le 25 juin Christine Cauquelin, directrice des chaînes « découverte » et des documentaires du groupe. D'où la création d'un rendez-vous hebdomadaire en seconde partie de soirée nommé *Les Eclaireurs*, qui « *montrera de belles histoires, positives* », poursuit Jean-Marc Juramie, directeur général adjoint des antennes du groupe. Comme celle de ces enfants de maternelle qui, chaque semaine, vont rendre visite aux pensionnaires d'un Ephad, une expérience transformée en mini-série de quatre épisodes de 52 minutes et réalisée avec la productrice d' *Au tableau !*, Mélissa Theuriau.

Sur la forme, Canal + souhaite développer les séries documentaires ou les documentaires feuilletonnant, explique Christine Cauquelin, pour avoir le temps d' « *approfondir, de creuser les sujets* » — et fidéliser l'audimat. Sur le modèle de *Soupçons* ( *The Staircase*, de Jean-Xavier de Lestrade, 13 x 52 min, qui a suivi pendant seize ans, les rebondissements du procès de l'écrivain Michael Peterson, accusé du meurtre de sa femme en Caroline du Sud), vient de débiter le tournage de *Moochie*, l'histoire d'un homme noir de 20 ans, accusé d'avoir tué une jeune et riche blanche — le procès vient de débiter.

Mais attention, rien n'est figé chez Canal — autre reflet notre époque. « *On expérimente*, prévenait en aparté Jean-Marc Juramie. *On essaye, et si ça ne marche pas, on arrête.* »

Arte : « Etre un témoin »

Pour Fabrice Puchault, directeur société et culture d'Arte France, la mission de sa chaîne s'inscrit au contraire dans la durée, afin de « *donner des clés de compréhension* ». Un rôle « *consubstantiel à Arte, naturellement ouverte au monde et qui se construit en suivant au plus près les évolutions de ce monde, avec le cinéma, la fiction et évidemment le documentaire, qui fait partie de l'identité de la chaîne* ». Pourquoi ? « *Parce qu'il y a dans le documentaire une attention patiente au monde très spécifique au genre, qui permet en allant aux racines de l'événement de comprendre les vies plus que le fait lui-même.* » Pour se faire, Arte bénéficie du champ d'intérêt le plus vaste.

Date : 27/06/2019  
Heure : 02:57:29  
Journaliste : Catherine Pacary

Le Monde.fr

www.lemonde.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

« S'il y a un incontournable, dans mon domaine (histoire, géopolitique et société), outre l'ouverture, c'est l'engagement. Pas le militantisme. Mais nous ne sommes pas des scribes sans affect », poursuit Fabrice Puchault. Et de citer James Baldwin, défenseur de l'égalité entre les hommes, mort en 1987 : « Je dois être un témoin » — quelques jours après la diffusion de *Je ne suis pas un nègre*, dont le commentaire, écrit par l'écrivain américain était dit par Joey Starr.

Rendre la complexité du monde en le montrant sous différents points de vue, c'est ce que propose *Décolonisations*, série (3 x 52 minutes) de Karim Miské qui relate cette période complexe de l'histoire en donnant la parole aux colonisés. « Les films ne changent pas le monde mais ils l'éclairent », reprend Fabrice Puchault. Ils doivent, de plus, « offrir une image de la diversité de nos sociétés ». De même que la crise des « gilets jaunes » est interprétée par certains comme une crise de la représentation, « les classes populaires et les minorités souffrent d'un manque de représentativité ».

France Télévisions : « Le défi du siècle »

« Reprendre avec rationalité les sujets qui effraient les populations », est selon Catherine Alvaresse, directrice des documentaires de France Télévisions, « le défi du siècle. » Pour le relever, elle prône un « optimisme de combat », à l'échelon local (des initiatives relayées en particulier par France 3) et à l'international. D'où une offre élargie, réorganisée par genre pour jouer la complémentarité — et compenser la baisse de moyens.

Pour recréer du lien, France Télévisions parie sur son point fort, l'histoire, afin de restaurer des récits communs. « On brillera par la raison et non par la peur contre les extrêmes », lance Catherine Alvaresse, qui rêve de monter un ensemble à l'image d' *Histoire d'une Nation*, sur la France et les Français, que chacun pourrait s'approprier.

Fin du mois contre fin du monde ?

Une thématique manque toutefois dans les discours des représentants des grands groupes audiovisuels français. Outre la science, thème officiel du Sunny Side 2019, dominé par l'anniversaire du premier pas de l'homme sur la Lune (nous y reviendrons en temps et en heure), l'environnement semblait pourtant incontournable. France Télévision tempère. « Il ne faut pas céder à la pression verte », prévient M me Alvaresse, qui s'étonne que l'on ne parle plus, dans les médias ou aux cafés du commerce, du chômage.

Canal+, de son côté, semble saturer. « On n'a pas envie de faire du réchauffement climatique pendant quarante-cinq ans », lançait Jean-Marc Joramie. Pure provocation alors qu'arrive sur les écrans la percutante série de courts, *L'Effondrement*, sur Canal+ Décalé ? Ou réorientation « sociale » après le mouvement des « gilets jaunes » ? Le groupe préfère mettre en avant une mini-série sur une classe d'opéra à Nanterre ou la saison 3 de *Pourquoi nous détestent-ils ?* sur les obèses, les vieux et les malades, incarnés avec humour noir, par Marcel Amont et Pierre Ménès.

Reste à savoir comment et combien de temps regarder cette production pléthorique. De Arte.tv qui met à disposition dès mi-juillet l'ensemble de ses documentaires de l'été – « C'est génial », commente Catherine Alvaresse – à France Televisions, justement, qui reste encore visible en replay en moyenne sept jours seulement après diffusion. « Je pense que [Arte] fait une erreur », jugeait quant à lui Jean-Marc Joramie, qui « milite pour que les " prime " soient mis à disposition [sur MyCanal] le soir de la programmation télé ».

Tous sont pourtant unanimes sur un point : la force du genre documentaire est d'exister sur le long terme.



**SCREEN INTERNATIONAL**

27/06/2019

JUIN / JUNE 2019



**NEWS**

# Netflix casts its spell over Sunny Side of the Doc

BY TIM DAMS | 27 JUNE 2019



SOURCE: JEAN-FRANÇOIS AUGÉ / STUDIOQUEST.COM

DIEGO BUNUEL, DIRECTOR OF ORIGINAL DOCUMENTARIES AT NETFLIX, SPEAKING AT THIS YEAR'S SUNNY SIDE OF THE DOC

## The impact of Netflix on the global documentary market was the big talking point of this year's Sunny Side of the Doc market in La Rochelle, France.

Sunny Side, which celebrated its 30<sup>th</sup> anniversary this year, scored a coup for its 2019 edition by attracting Netflix director of original documentaries Diego Bunuel as a keynote speaker, who set out his ambition to **commission more feature docs and series from European talent**. The auditorium was packed to hear him speak, with some delegates struggling to get in.

The fact is, however, that Netflix's output is still relatively limited as far as Europe is concerned. Bunuel envisages commissioning between two and four projects from key European territories per year, which is a drop in the ocean compared to the documentary output of leading public service broadcasters and funding bodies.

This was a point stressed by Bunuel himself: "We are very selective on our projects, and compared to Arte or ZDF we do very few... We have a long shadow, but in fact we are quite small in terms of viewership compared to traditional media."

Nevertheless, the rapid growth of the Netflix platform, which has 155 million subscribers worldwide, plus the impact it has had with documentaries such as *Our Planet*, *Fyre*, *Wild Wild Country* and *Homecoming*, has prompted many European broadcasters, producers and funders to rethink their approach to documentary.

Many, for example, said the future of the feature documentary now lies not in the cinema, but on streaming platforms such as Netflix.

Christian Beetz, executive director at Beetz Brothers Film Production (*Open Heart*, *The Wagner Files*), claimed that the theatrical releasing of documentaries is becoming more difficult: "If you have no support for theatrical release, you have no chance... I see their [documentaries] future on platforms."

Christiane Hinz, head of documentary at German broadcaster ARD/WDR, added "[the number of] documentaries in cinemas is going down, there are real problems."

Others said broadcasters themselves had to change. Soren Schumann, head of department at RBB/Arte, described an internal fight going on at Franco-German network Arte between those who want to continue with business as usual, focusing on TV broadcasting, and those who want to put the emphasis on online and VoD platforms. "We have to change our rules and our system completely – and we have got to be fast," he stated.

The kind of content audiences are prepared to watch has also changed, added Schumann. "People have a thirst for non-fiction programmes... They are ready to consume very complex content nowadays. That is a very positive evolution as a commissioning editor – and we have got to offer those products."

Creating such complex, standout content is, of course, expensive. And this means, according to Schumann, spending more on fewer, big budget programmes. "I am very confident we can get into competition with other big international VoD players because – at least in France and Germany – we have so much money in the system. We have to focus it, and spend it on much fewer programmes, which is stressful for the market, for producers and broadcasters, because it is the prospect of changing the game radically."



He also emphasised broadcasters needed to pay much more attention to marketing documentary content in a bid to stand out in a crowded market, "Everything out there is a struggle for attention."

Netflix, however, played down the fact that it is in competition with traditional broadcasters. Bunuel said: "Comparing public broadcasters and Netflix is difficult, because public broadcasters have a very important role as a unifying cultural entity in a country - they have a role of education, science, politics - something that Netflix does not have. We have a role of entertainment. There are some projects that we would be competitive on, but many projects that we would not go on because, say, it is the anniversary for this event or that event." He added Netflix does not get involved in live events production or sports coverage.

His comments were backed up by many delegates at Sunny Side, who were busy throughout the week piecing together financing for their documentaries from multiple partners around the world.

Many view Netflix as an addition to the market, but not a dominant player. Indeed, one producer told *Screen* he would likely prefer not to work with Netflix on his project as the streamer may demand all rights in perpetuity.

Rather than working for hire, many producers want to have a stake in their project - and this fact looks set to play into the hands of traditional broadcasters for many years to come.



### REALSCREEN

27/06/2019



### REALSCREEN

JUIN / JUNE 2019



DOCUMENTARY FORMATS UNSCRIPTED PEOPLE/BIZ

WESTDOC ONLINE



The last female wild beekeeper in Europe must save the bees and restore nature's balance in the new feature documentary "HONEYLAND"

Meet the film  
Chuck B...

DOCS

## Sunny Side '19: Netflix's Diego Buñuel talks growth in European markets

By Marie-Agnès Bruneseau June 27, 2019



#### Top Stories



PEOPLE/BIZ

Unscripted executive producer Matt Gould passes away at 48



PEOPLE/BIZ

Exclusive: WWE Studios hires Revelations Entertainment's Ben Zieten



DOCUMENTARY

TIFF '19: Docs programmer Thom Powers talks this year's slate



DOCUMENTARY

TIFF '19: Peraz Fayyad's "The Cave" to launch TIFF Docs

LA ROCHELLE, FRANCE – Netflix is looking to commission four to five local original doc series and features in each major European territory, as revealed Tuesday (25 June) by director of original documentaries in Europe, **Diego Buñuel**, at Sunny Side of the Doc. Some are already in the works in Germany and France, and the streamer has similar plans for Italy and Spain. Buñuel (pictured), who left his position of head of docs at Canal+ to join Netflix a year and a half ago, and skipped Sunny Side last year, eventually unveiled the global streamer's ambitions in European docs. "We work with the best in the industry but mostly with English or American directors," he said. "More Netflix subscribers are now based outside the U.S. than in the U.S., and it will continue to grow. My goal is therefore to find great directors from Europe, introduce new voices and new ways to tell stories that is not the traditional Anglo-Saxon one. This is part of our local global strategy."

Commissions from Buñuel's unit, which are firstly meant to resonate with local audiences, come on the heels of a number of global factual series commissioned for the global audience from European producers by other Netflix unscripted teams, he stressed. The latter unit focuses more so on series that can have several



selection

seasons, as opposed to the original documentaries unit.

"We do limited series or feature films, anything that has a story that ends we do," he said. About genres covered, he added: "We don't look for theme, we look for stories, stories based on complex rich characters, and we are looking for a diversity of stories." A thing Netflix does not intend to do, though, is history. "Because so many are done by the traditional broadcasters, that's a different offering, we feel we don't bring anything new. We like contemporary stories," he said. Plans are to commission both feature docs and series. "Feature docs are very important in a certain space, they are meant as creative object and driven by a director with a vision, and can create events at festivals, such as *The Legend of Cocaine Island*, which is also a fun documentary. We need more fun documentaries."

In regards to what the digital streaming giant is seeking for series, Buñuel noted the company is looking for limited series in the vein of *Wild Wild Country*, *Making a Murderer* and *The Staircase*, while also providing *Le Petit Gregory*, Netflix's first French docuseries about the '80s famous and still unsolved child murder affair, as an example. "Instead of focusing on who killed the child, it's about the insanity that gripped an entire community for 35 years," he described.

The platform is also interested in short form episodic documentary series: "We do several shorts per year, such as *Period: End of Sentence*. They do very well on the service," said Buñuel.

Buñuel also expressed a desire to commission more stories about women, and further projects from both prominent and burgeoning female directors. In addition, the Netflix executive confirmed most shows will be fully commissioned, with the platform taking all rights and all territories. "We can be open to co-productions [as Netflix did with] *The Staircase*, which was a U.S. story produced for Canal+, by a French company.

"If there is one word to remember it's 'big.' We need big things," he concluded. "We are an entertainment company. To pitch to us, you must ask yourself, is my story strong enough to break through?"

## AGENCE FRANCE PRESSE MONDIALE

28/06/2019

AGENCE FRANCE PRESSE MONDIALE  
Pays : FR  
Périodicité : Quotidien



Date : 27 juin 2019  
Page de l'article : p.27  
Journaliste : olg/ff/nm



Page 1/1

27/06/2019 16:59:38

### Charente-Maritime : palmarès 2019 du festival de documentaires Sunny Side of the Doc

Les Nenets de Sibérie face à l'industrie gazière, Kubrick et... les excréments sont quelques-uns des sujets développés dans les documentaires primés jeudi par la 30e édition du marché international du film documentaire Sunny Side of the Doc, qui avait ouvert lundi à La Rochelle, ont annoncé les organisateurs.

Sept prix ont été décernés par ce festival qui reçoit les auteurs de documentaires encore en cours de réalisation venus présenter les "pitches", ou résumés, de leur oeuvre.

70 nationalités étaient représentées parmi les professionnels pour cette 30e édition, qui a constaté "une hausse significative de l'ordre de 25% des professionnels britanniques", a souligné Yves Jeanneau, commissaire des marchés et fondateur du Sunny Side of the Doc.

Une forte colonie asiatique avait également fait le voyage, ainsi qu'environ 150 producteurs, diffuseurs et représentants des fonds de soutien régionaux pour développer des coproductions internationales.

Parmi les sept prix décernés, "Nenets versus gas", du belge Sergio Ghizzardi, produit par la société française Little big story, a remporté le prix du pitch Société et investigation ainsi que le prix du marché international de Prague, East doc market, partenaire du festival rochelais. Le réalisateur se penche sur l'avenir des Nenets, peuple éleveur de cerfs qui vit dans la péninsule du Yamal, en Sibérie occidentale, alors que l'industrie gazière russe va s'y implanter à partir de 2020.

Le prix du pitch Arts et culture est revenu au français Grégory Monro pour son projet "Kubrick par Kubrick", produit par Mediawan et basé sur des images d'archives, d'enregistrements sonores et d'extraits de films à l'occasion des 20 ans de la mort du réalisateur américain.

Le pitch australien sur un scientifique étudiant les excréments, "Scat man", a reçu le prix Sciences, "Turtle walkers" le trophée du pitch Histoire et animalier et "Antoine the fortunate", celui du pitch Histoire.

Enfin le prix du Pixii festival, qui récompense les films en réalité virtuelle et les dispositifs immersifs a été remis à Nicolas Trépot (Lucid realities, France) pour son film "Claude Monet, l'obsession des nymphéas".

olg/ff/nm

Tous droits réservés à l'éditeur

SUNNY2 1589107500501



中国网 French.CHINA.ORG.CN Lundi 8 juillet 2019 Recherche

Accueil Chine International Économie Culture Tourisme Photos Éditions spéciales Services

RSS YouTube Facebook Twitter LinkedIn IA

### La Chine présente ses documentaires à La Rochelle

French.china.org.cn | Mis à jour le 27.06.2019 | Mots clés : La Rochelle, documentaires

新华网  
WWW.NEWS.CN

Des producteurs et des distributeurs de documentaires chinois ont organisé de nombreuses activités pour promouvoir leurs documentaires à l'occasion de la 30e édition du festival Sunny Side of the Doc, qui s'est tenu du 24 au 27 juin à La Rochelle ? en France. (Photo : Yang Yimiao/Xinhua)

1 2 3 >

Suivez China.org.cn sur [Twitter](#) et [Facebook](#) pour rejoindre la conversation.





### C21 MEDIA

27/06/2019

JUIN / JUNE 2019

C21Media

Signed in as: [webmaster@sunnysideofthedoc.com](mailto:webmaster@sunnysideofthedoc.com)

[SUBSCRIBE](#) [RSS](#) [SHOP](#) [ABOUT C21](#) [CONTACT](#) [MY ACCOUNT](#)

- [Home](#)
- [News](#)
- [Perspective](#)
- [Sections](#)
- [Reports](#)
- [Mediabase](#)
- [Events](#)
- [Podcast](#)
- [C21TV](#)
- [C21Scre](#)

**SCREENING NOW: Lifeline** A child bride, sold to a businessman, and her son are victims o

Home > News > [Canal+ lays out doc goals](#)



### Canal+ lays out doc goals



Canal+'s 8 Jours, de la Terre à la Lune (Eight Days To The Moon & Back)

**SUNNY SIDE** French pay TV operator Canal+ Group has called for new documentary projects and partnerships, with plans to revive a weekly late-evening doc strand on its flagship channel.

Speaking here at **Sunny Side of the Doc** in France to unveil the group's upcoming programming slate and strategy, Jean Marc Juramie, senior exec VP of pay TV content at Vivendi-owned Canal+ Group, and Christine Cauquelin, channels director for documentaries and discovery, highlighted a variety of needs, from original commissions to local and international coproductions, pre-buys and acquisitions.

Juramie said the group wants extraordinary, global subjects and characters, and is in the market for French, Francophone and European subjects in particular.

"We remain one of the pillars of French culture and we will continue to fight for that," he told **Sunny Side** delegates. "We believe in the documentary genre."

From 2020, Canal+ will be bringing back a weekly late-evening slot for documentaries, where it will introduce a serialised 52-minute format alongside Canal+'s more usual 90-minute documentary format.

Juramie called the move "a big return of the documentary to the evening schedule," adding: "We're engaged in all types of documentaries and we have concrete needs and projects for you to bring to us."

Cauquelin outlined a wide range of recent and upcoming documentary launches across the group's channel portfolio, including flagship Canal+ and its Planète-branded factual channels, Planète+, Planète+ A&E and Planète+ Crime + Investigation.

For the revived later-evening slot, Cauquelin indicated that Canal+ was looking for collaborations for an upcoming documentary series called Les Eclaireurs, envisaged as an initial collection of 4x52' films about remarkable people, entrepreneurs and visionaries.



Meanwhile, launching next month to coincide with the 50th anniversary of the first manned moon landing is *8 Jours, de la Terre à la Lune* (Eight Days To The Moon & Back), a 1×90' coproduction with the BBC and PBS directed by Anthony Philipson.

The documentary includes long sequences of original cockpit audio from Apollo 11's journey. It will air on Canal+in primetime on July 10, kicking off a series of space-related films.



Les Lionnes was launched to coincide with the Women's World Cup

Another growing area of focus is documentaries for younger audiences, in collaboration with Audrey Brugère, head of Canal+ Group's youth department.

Coinciding with the Fifa Women's World Cup football tournament currently taking place in France, this has included *Les Lionnes* (1×90'), from Zadig Productions, about football-mad teenage girls whose dream is to play professionally.

Juramie and Cauquelin also highlighted content requirements for the Planète+ channels. Planète+ airs a wide range of local productions and acquired fare, from culinary docuseries *Planète Chefs*, back for a second season (4×52'), to social topics, science and history.

In particular, it is seeking positive societal topics, spectacular science docs and history from local producers, as well as science and history docs to acquire or pre-buy.

Annually, the group also invests in and pre-buys several feature documentaries destined for theatrical release for Canal+ and Cine+ channels, which Juramie said will continue.

This latest call for new documentaries comes after group chairman and CEO Maxime Saada said earlier this spring that the pay TV operator would be prioritising investment in original content and growing its footprint and subscriber base elsewhere in Europe, Asia and Africa.

Canal+ is also underway with a series of efficiency drives to make it more competitive against global streaming service Netflix. The US giant reportedly has more than five million subscribers in France, giving it more customers than Canal+ in the country.

The pay TV group has so far responded with the launch of a local SVoD drama service in March. Last month it acquired Central and Eastern Europe-focused pay TV operator M7 Group for US\$1.2bn, subject to regulatory approval.



Gun Akyuz  
27-06-2019  
@C21Media

SECTIONS: C21Factual

Date : 26/06/2019

Heure : 11:12:02

magazine  
**GOODPLANET INFO**

www.goodplanet.info

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

## Un documentaire explore la face cachée des énergies vertes

Temps de lecture : 3 minutes



Ferme solaire et d'éoliennes au Vietnam, en avril 2019

© AFP/Archives Manan VATSYAYANA

La Rochelle (AFP) – « Le vert n'est pas vert ! », résument les journalistes Guillaume Pitron et Jean-Louis Pérez. Les deux hommes sont les auteurs d'un documentaire, présenté à La Rochelle et qui sera diffusé sur Arte, qui explore la face cachée des énergies vertes.

Pendant un an, les deux hommes ont parcouru une dizaine de pays, en Afrique, Asie ou dans les Amériques, pour filmer « Le côté obscur des énergies vertes », un documentaire de 90 minutes co-produit par la chaîne franco-allemande et la RTBF.

Toujours en cours de montage, le film a été présenté au marché international du film documentaire Sunny Side of the Doc qui, depuis lundi jusqu'à jeudi et depuis 30 ans, rassemble documentaristes, producteurs et acheteurs de programmes.

Voitures électriques, éoliennes, panneaux solaires... La promesse d'un monde meilleur, libéré des énergies fossiles, est un « mythe », disent les auteurs selon qui le monde subit désormais une nouvelle « dépendance » aux métaux rares, que les nouvelles énergies utilisent.

Les énergies vertes, « c'est surtout un business qui en remplace un autre », affirme à l'AFP Jean-Louis Pérez. « Le vert n'est pas vert », ajoute Guillaume Pitron, également auteur de La guerre des métaux rares, la face cachée de la transition énergétique et numérique (Les liens qui libèrent, 2018).

Pour évaluer la qualité d'un produit vis-à-vis de l'environnement, « il ne faut pas regarder que la consommation d'une voiture électrique, sinon on passe à côté des pollutions délocalisées », dit M. Pérez.

Date : 26/06/2019  
Heure : 11:12:02

magazine  
**GOODPLANET INFO**

www.goodplanet.info  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

### Les « villages des cancers »

« Il faut adopter une approche globale pour prendre en compte tout le cycle de vie, de la construction à la destruction. Par exemple l'électricité est produite à 38% par le charbon dans le monde. Or le charbon n'est pas la solution. Sans parler du problème du stockage de l'électricité », ajoute-t-il.

Les deux cinéastes ont filmé un lac artificiel de couleur complètement noire en Mongolie. « Il est pollué par les rejets des usines de raffinage de terres rares », disent-ils.

Dans l'Heilongjiang (nord-est de la Chine), « nous avons visité les villages des cancers, liés à l'extraction du graphite. Des villages vides où il ne reste qu'une ou deux personnes qui témoignent », disent-ils.

Car les batteries électriques et les objets numériques ont besoin de cobalt, de graphite, de tungstène, de lithium et des terres rares (lanthane, cérium, yttrium, etc).

Ce besoin de ressources entraîne également des conséquences économiques. « On va changer de dépendance », dit M. Pérez, « on était dépendant des pays du Golfe pour le pétrole, on le sera de la Chine qui détient près de 90% des terres rares ».

Guillaume Pitron redoute pour sa part « l'électro-monarchie en train de naître, la Chine, qui est le premier pays producteur de voitures électriques et premier pays consommateur ».

Les « Chinois sont très intelligents. Les Saoudiens n'ont jamais vendu de voiture avec le plein mais les Chinois vendent des voitures électriques avec des batteries contenant des métaux rares », ajoute-t-il.

Les conséquences sont aussi sociales, les unités de production européennes n'étant pas compétitives face à la concurrence asiatique. « C'est un Français, Michel Armand, qui a inventé la batterie électrique au lithium, qui fait référence aujourd'hui. Mais l'industrie s'est développée en Chine ».

Pour autant, le tandem se veut optimiste. « La matière première va manquer. Le côté positif, c'est que l'on va apprendre à davantage recycler », assurent les deux hommes.

© AFP

## Un documentaire explore la face cachée des énergies vertes



Ferme solaire et d'éoliennes au Vietnam, en avril 2019

afp.com/Manan VATSYAYANA

La Rochelle - "Le vert n'est pas vert !", résumant les journalistes Guillaume Pitron et Jean-Louis Pérez. Les deux hommes sont les auteurs d'un documentaire, présenté à La Rochelle et qui sera diffusé sur Arte, qui explore la face cachée des énergies vertes.

Pendant un an, les deux hommes ont parcouru une dizaine de pays, en Afrique, Asie ou dans les Amériques, pour filmer "*Le côté obscur des énergies vertes*", un documentaire de 90 minutes co-produit par la chaîne franco-allemande et la RTBF.

Toujours en cours de montage, le film a été présenté au marché international du film documentaire *Sunny Side of the Doc* qui, depuis lundi jusqu'à jeudi et depuis 30 ans, rassemble documentaristes, producteurs et acheteurs de programmes.

Voitures électriques, éoliennes, panneaux solaires... La promesse d'un monde meilleur, libéré des énergies fossiles, est un "*mythe*", disent les auteurs selon qui le monde subit désormais une nouvelle "*dépendance*" aux métaux rares, que les nouvelles énergies utilisent.



Date : 26/06/2019  
Heure : 09:25:30

lexpansion.lexpress.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

Les énergies vertes, "c'est surtout un business qui en remplace un autre", affirme à l'AFP Jean-Louis Pérez. "Le vert n'est pas vert", ajoute Guillaume Pitron, également auteur de La guerre des métaux rares, la face cachée de la transition énergétique et numérique (Les liens qui libèrent, 2018).

Pour évaluer la qualité d'un produit vis-à-vis de l'environnement, "il ne faut pas regarder que la consommation d'une voiture électrique, sinon on passe à côté des pollutions délocalisées", dit M. Pérez.

- Les "villages des cancers" -

"Il faut adopter une approche globale pour prendre en compte tout le cycle de vie, de la construction à la destruction. Par exemple l'électricité est produite à 38% par le charbon dans le monde. Or le charbon n'est pas la solution. Sans parler du problème du stockage de l'électricité", ajoute-t-il.

Les deux cinéastes ont filmé un lac artificiel de couleur complètement noire en Mongolie. "Il est pollué par les rejets des usines de raffinage de terres rares", disent-ils.

Dans l'Heilongjiang (nord-est de la Chine), "nous avons visité les +villages des cancers+, liés à l'extraction du graphite. Des villages vides où il ne reste qu'une ou deux personnes qui témoignent", disent-ils.

Car les batteries électriques et les objets numériques ont besoin de cobalt, de graphite, de tungstène, de lithium et des terres rares (lanthane, cérium, yttrium, etc).

Ce besoin de ressources entraîne également des conséquences économiques. "On va changer de dépendance", dit M. Pérez, "on était dépendant des pays du Golfe pour le pétrole, on le sera de la Chine qui détient près de 90% des terres rares".

Guillaume Pitron redoute pour sa part "l'électro-monarchie en train de naître, la Chine, qui est le premier pays producteur de voitures électriques et premier pays consommateur".

Les "Chinois sont très intelligents. Les Saoudiens n'ont jamais vendu de voiture avec le plein mais les Chinois vendent des voitures électriques avec des batteries contenant des métaux rares", ajoute-t-il.

Les conséquences sont aussi sociales, les unités de production européennes n'étant pas compétitives face à la concurrence asiatique. "C'est un Français, Michel Armand, qui a inventé la batterie électrique au lithium, qui fait référence aujourd'hui. Mais l'industrie s'est développée en Chine".

Pour autant, le tandem se veut optimiste. "La matière première va manquer. Le côté positif, c'est que l'on va apprendre à davantage recycler", assurent les deux hommes.

contenus sponsorisés

**LA LETTRE DE L'AUDIOVISUEL**

26/06/2019

**LA LETTRE**  
- DE L'AUDIOVISUEL -

Pays : FR  
Périodicité : Quotidien



Date : 26 juin 2019  
Page de l'article : p.4  
Journaliste : Caroline Gourdin



Page 1/1

JUIN / JUNE 2019

# Netflix est en quête de documentaires européens

**AUDIOVISUEL.** Présente à La Rochelle pour le Sunny Side of the Doc, la plateforme de streaming vidéo s'est adressée aux producteurs qui souhaitent lui proposer des idées de documentaires.

Le Sunny Side of the Doc a frisé d'émotion ce mardi à La Rochelle. Une première pour la 30e édition : Yves Jeanneau, le créateur de ce marché du documentaire, a dû proposer une deuxième séance pour permettre à tous les professionnels d'assister au show intitulé "Working with Netflix". Sur scène, Diego Buñuel, journaliste franco-américain devenu directeur du documentaire chez Netflix (après Capa, Canal+ ou National Geographic), a prodigué ses conseils aux producteurs qui souhaitent pitcher leur projet à la plateforme aux 151 millions d'abonnés. "Nous sommes une société de divertissement et ce qui compte avant



Selon Diego Buñuel, directeur du documentaire, Netflix privilégie les "personnages forts" et les "récits fous".

tout pour nous, c'est la force de la narration", a rappelé le patron du bureau londonien de Netflix. "Nous sommes à la recherche de nouvelles voix, de nouvelles manières de raconter des histoires". Désireuse de développer son catalogue en langue non anglaise, pour tenter

de toucher les marchés locaux, la plateforme est principalement en quête d'"histoires contemporaines", et privilégie les "personnages forts" et les "récits fous", plutôt que les thématiques. Diego Buñuel a insisté sur la dimension humoristique, trop peu présente dans les do-

documentaires, citant en exemple une des productions Netflix, "Fyre. The greatest party that never happened". Il souhaite également "plus d'histoires de femmes ou de films réalisés par des femmes, ou des minorités". Dans son offre, la direction des documentaires de Netflix accueille essentiellement les histoires et les séries bouclées (par opposition aux séries sur la cuisine ou l'automobile qui dépendent du département des "séries de non-fiction"), ainsi que les formats courts. La plateforme globale devrait développer quatre à cinq films par an et par grand territoire européen : l'Allemagne, la France, l'Italie et l'Espagne.  
Caroline Gourdin

**LE MONDE**

26/06/2019

**Le Monde**

Pays : FR  
Périodicité : Quotidien  
OJD : 269584



Date : 26 juin 2019  
Page de l'article : p.22  
Journaliste : ALEXANDRE  
BERTEAU



Page 1/1

**ÉCONOMIE & ENTREPRISE**

**Les réalisateurs de documentaires s'unissent**

Un syndicat est créé dans le but de peser dans les négociations face aux producteurs

**L**e mouvement de revendications des réalisateurs de documentaires grandissait depuis plusieurs semaines sur les réseaux sociaux. Il va se traduire par la création du premier syndicat professionnel, alors qu'il n'existait jusqu'à présent qu'une multitude d'associations.

Cette Guilde des auteurs-réalisateurs de reportages et documentaires, dont la naissance à l'automne devait être annoncée, mardi 25 juin, au festival du documentaire Sunny Side of the Doc à La Rochelle, a émergé fin mars sur Facebook, en réaction à la proposition, formulée par des syndicats de producteurs, d'un salaire minimum - exigé de longue date par les documentaristes - de 120 euros par jour, un montant jugé « méprisant » par ces derniers. Le 20 mai, 500 réalisateurs ont voté pour la formation de ce syndicat.

« Notre rémunération, mais aussi le temps de tournage, baisse depuis plusieurs années, alors qu'on nous demande de faire des films toujours plus exigeants », déplore Elizabeth Drévilon, membre du comité provisoire de la Guilde et coréalisatrice de *Religieuses abusées*, l'autre scandale de l'Eglise, diffusé sur Arte en mars.

Ce futur syndicat entend peser dans les négociations avec les producteurs pour « réaffirmer les bonnes pratiques », indique M<sup>me</sup> Drévilon. Parmi les pre-

miers griefs que la Guilde portera : la rétribution systématique du travail d'écriture en amont, des forfaits moins déconnectés du temps de travail effectif du réalisateur ou encore une transparence sur la répartition du financement du documentaire.

« Le service juridique pourra aussi jouer un rôle de conseil en fournissant des contrats types et des grilles de salaires selon le programme, pour savoir quoi demander à certains producteurs qui fonctionnent parfois à la tête du client », ajoute le journaliste Stéphane Bentura.

**« Volume démultiplié »**

La précarisation du secteur s'est accélérée avec le foisonnement des chaînes de télévision au budget modeste. « Le volume de la production de documentaires a été démultiplié avec les chaînes thématiques ou de la TNT, qui ont des capacités financières moins grandes que les chaînes historiques », explique Stéphane Le Bars, délégué général de l'Union syndicale de la production audiovisuelle. Pour un documentaire de cinquante-deux minutes, un réalisateur est ainsi payé, en moyenne, 17 090 euros sur les grandes chaînes publiques, contre 9 805 euros sur la TNT.

Au-delà des négociations avec les producteurs, le syndicat ambitionne donc de porter la voix des auteurs-réalisateurs auprès des

chaînes, mais aussi du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC). En 2015, le CNC a recentré ses aides sur les documentaires originaux et exportables, pour cesser de soutenir la profusion de programmes moins créatifs des chaînes de la TNT. Mais cette réforme a aussi eu pour effet de priver de cette enveloppe certains documentaires empruntant aux codes du reportage ou du magazine.

Face à ce paysage fragilisé, M. Le Bars ne se dit « pas surpris par cette mobilisation des réalisateurs », mais il conteste que ces derniers soient la « variable d'ajustement » des producteurs, comme l'affirme le jeune syndicat. ■

ALEXANDRE BERTEAU



Pays : FR  
Périodicité : Quotidien

Date : 26 juin 2019  
Journaliste : olg/ff/spe



Page 1/2

26/06/2019 07:01:47

## Un documentaire explore la face cachée des énergies vertes

"Le vert n'est pas vert !", résumant les journalistes Guillaume Pitron et Jean-Louis Pérez. Les deux hommes sont les auteurs d'un documentaire, présenté à La Rochelle et qui sera diffusé sur Arte, qui explore la face cachée des énergies vertes.

Pendant un an, les deux hommes ont parcouru une dizaine de pays, en Afrique, Asie ou dans les Amériques, pour filmer "Le côté obscur des énergies vertes", un documentaire de 90 minutes co-produit par la chaîne franco-allemande et la RTBF.

Toujours en cours de montage, le film a été présenté au marché international du film documentaire Sunny Side of the Doc qui, depuis lundi jusqu'à jeudi et depuis 30 ans, rassemble documentaristes, producteurs et acheteurs de programmes.

Voitures électriques, éoliennes, panneaux solaires... La promesse d'un monde meilleur, libéré des énergies fossiles, est un "mythe", disent les auteurs selon qui le monde subit désormais une nouvelle "dépendance" aux métaux rares, que les nouvelles énergies utilisent.

Les énergies vertes, "c'est surtout un business qui en remplace un autre", affirme à l'AFP Jean-Louis Pérez. "Le vert n'est pas vert", ajoute Guillaume Pitron, également auteur de La guerre des métaux rares, la face cachée de la transition énergétique et numérique (Les liens qui libèrent, 2018).

Pour évaluer la qualité d'un produit vis-à-vis de l'environnement, "il ne faut pas regarder que la consommation d'une voiture électrique, sinon on passe à côté des pollutions délocalisées", dit M. Pérez.

"Il faut adopter une approche globale pour prendre en compte tout le cycle de vie, de la construction à la destruction. Par exemple l'électricité est produite à 38% par le charbon dans le monde. Or le charbon n'est pas la solution. Sans parler du problème du stockage de l'électricité", ajoute-t-il.

Les deux cinéastes ont filmé un lac artificiel de couleur complètement noire en Mongolie. "Il est pollué par les rejets des usines de raffinage de terres rares", disent-ils.

Dans l'Heilongjiang (nord-est de la Chine), "nous avons visité les +villages des cancers+, liés à l'extraction du graphite. Des villages vides où il ne reste qu'une ou deux personnes qui témoignent", disent-ils.

Car les batteries électriques et les objets numériques ont besoin de cobalt, de graphite, de tungstène, de lithium et des terres rares (lanthane, cérium, yttrium, etc).



Pays : FR  
Périodicité : Quotidien

Date : 26 juin 2019  
Journaliste : olg/ff/spe



Page 2/2

Ce besoin de ressources entraîne également des conséquences économiques. "On va changer de dépendance", dit M. Pérez, "on était dépendant des pays du Golfe pour le pétrole, on le sera de la Chine qui détient près de 90% des terres rares".

Guillaume Pitron redoute pour sa part "l'électro-monarchie en train de naître, la Chine, qui est le premier pays producteur de voitures électriques et premier pays consommateur".

Les "Chinois sont très intelligents. Les Saoudiens n'ont jamais vendu de voiture avec le plein mais les Chinois vendent des voitures électriques avec des batteries contenant des métaux rares", ajoute-t-il.

Les conséquences sont aussi sociales, les unités de production européennes n'étant pas compétitives face à la concurrence asiatique. "C'est un Français, Michel Armand, qui a inventé la batterie électrique au lithium, qui fait référence aujourd'hui. Mais l'industrie s'est développée en Chine".

Pour autant, le tandem se veut optimiste. "La matière première va manquer. Le côté positif, c'est que l'on va apprendre à davantage recycler", assurent les deux hommes.

olg/ff/spe



Environnement

## Un documentaire explore la face cachée des énergies vertes

Par AFP - Publié le 26/06/2019 à 9h01 - Mis à jour le 26/06/2019

Cinéma + Suivre



Recevez toutes les informations sur ce thème

[J'ai compris](#)



Ferme solaire et d'éoliennes au Vietnam, en avril 2019  
© AFP/Archives/Manan VATSYAYANA

**S'IMPOSER**  
DANS UN SECTEUR  
CONCURRENTIEL

La Rochelle (AFP)

"Le vert n'est pas vert !", résumait les journalistes Guillaume Pitron et Jean-Louis Pérez. Les deux hommes sont les auteurs d'un documentaire, présenté à La Rochelle et qui sera diffusé sur Arte, qui explore la face cachée des énergies vertes.

Pendant un an, les deux hommes ont parcouru une dizaine de pays, en Afrique, Asie ou dans les Amériques, pour filmer "Le côté obscur des énergies vertes", un documentaire de 90 minutes co-produit par la chaîne franco-allemande et la RTBF.

Toujours en cours de montage, le film a été présenté au marché international du film documentaire Sunny Side of the Doc qui,



depuis lundi jusqu'à jeudi et depuis 30 ans, rassemble documentaristes, producteurs et acheteurs de programmes.

Voitures électriques, éoliennes, panneaux solaires... La promesse d'un monde meilleur, libéré des énergies fossiles, est un "mythe", disent les auteurs selon qui le monde subit désormais une nouvelle "dépendance" aux métaux rares, que les nouvelles énergies utilisent.

Les énergies vertes, "c'est surtout un business qui en remplace un autre", affirme à l'AFP Jean-Louis Pérez. "Le vert n'est pas vert", ajoute Guillaume Pitron, également auteur de *La guerre des métaux rares, la face cachée de la transition énergétique et numérique* (Les liens qui libèrent, 2018).

Pour évaluer la qualité d'un produit vis-à-vis de l'environnement, "il ne faut pas regarder que la consommation d'une voiture électrique, sinon on passe à côté des pollutions délocalisées", dit M. Pérez.

- Les "villages des cancers" -

"Il faut adopter une approche globale pour prendre en compte tout le cycle de vie, de la construction à la destruction. Par exemple l'électricité est produite à 38% par le charbon dans le monde. Or le charbon n'est pas la solution. Sans parler du problème du stockage de l'électricité", ajoute-t-il.



Les deux cinéastes ont filmé un lac artificiel de couleur complètement noire en Mongolie. "Il est pollué par les rejets des usines de raffinage de terres rares", disent-ils.

Dans l'Heilongjiang (nord-est de la Chine), "nous avons visité les +villages des cancers+, liés à l'extraction du graphite. Des villages vides où il ne reste qu'une ou deux personnes qui témoignent", disent-ils.

Car les batteries électriques et les objets numériques ont besoin de cobalt, de graphite, de tungstène, de lithium et des terres rares (lanthane, cérium, yttrium, etc).

Ce besoin de ressources entraîne également des conséquences économiques. "On va changer de dépendance", dit M. Pérez, "on était dépendant des pays du Golfe pour le pétrole, on le sera de la Chine qui détient près de 90% des terres rares".

Guillaume Pitron redoute pour sa part "l'électro-monarchie en train de naître, la Chine, qui est le premier pays producteur de voitures électriques et premier pays consommateur".

Les "Chinois sont très intelligents. Les Saoudiens n'ont jamais vendu de voiture avec le plein mais les Chinois vendent des voitures électriques avec des batteries contenant des métaux rares", ajoute-t-il.



Les conséquences sont aussi sociales, les unités de production européennes n'étant pas compétitives face à la concurrence asiatique. "C'est un Français, Michel Armand, qui a inventé la batterie électrique au lithium, qui fait référence aujourd'hui. Mais l'industrie s'est développée en Chine".

Pour autant, le tandem se veut optimiste. "La matière première va manquer. Le côté positif, c'est que l'on va apprendre à davantage recycler", assurent les deux hommes.

© 2019 AFP



**SCREENDAILY** REGISTER | SUBSCRIBE | SIGN IN

Search our site

NEWS ▾ REVIEWS ▾ FESTIVALS ▾ BOX OFFICE ▾ AWARDS ▾ FEATURES ▾ EMMYS MORE >>



NEWS

# Do theatrical documentaries have a future in European cinemas?

BY TIM DAMS | 26 JUNE 2019



SOURCE: MAGNOLIA PICTURES 'RBG'

Leading European executives have expressed fears for the future of documentaries in the cinema at this week's Sunny Side of the Doc.

In a session devoted to documentaries on cinema, television and platforms, German executives spoke of a crisis in terms of documentary theatrical releasing and said they

believed the future of many feature documentaries was on streaming platforms such as Netflix.

Christian Beetz, executive director at Beetz Brothers Film Production, whose credits include *Open Heart* and *The Wagner Files*, said theatrical releasing documentaries is getting more and more difficult. "If you have no support for theatrical release, you have no chance... I see their future on platforms."

"Documentaries in cinema are going down, there are real problems," agreed Christiane Hinz, head of documentary at German broadcaster ARD/WDR.

She added theatrical documentaries had a "slight chance" if the distributor makes an event out of the release. "It's not like you can just put your film in the cinema - you really schedule an event around it. That works. But you can't do it for every film."



WOTOBA First Order 10% OFF [Shop Now](#)

MOST POPULAR MOST COMMENTED

**Creative England's iFeatures selects 2019 projects (exclusive)**

**Screen unveils Stars of Tomorrow 2019**

**UK horror event FrightFest to host 20 world premieres at 2019 edition**

**Will the second half of 2019 offer more hope for indies at the US box office?**

**Screen International Rising Star Asia 2019**



Director Luzia Schmid (*Groundspeed, Lost in Liberia*) said she believed that “there is going to be less produced for the cinema.”

Speaking on the same panel, Netflix director of original documentaries Diego Bunuel was more upbeat about the future of the cinema doc, noting the past year had been one of the best ever for in the US, citing films such as *Three Identical Strangers*, *RBJ* and *Won't You Be My Neighbour?*

“I believe there is so much scripted content right now, that people need real stories – they need to connect to our reality, to our world and to our issues,” he said.

“People crave experiences, and cinema is a collective experience. And obviously coming from a cinema family [Bunuel is the grandson of director Luis Bunuel], I have a great passion for it... What people like is this collective coming together on a topic or story, and we have seen that with *RBJ*, for example, with panel discussions after shows.”

However, he emphasised Netflix's main priority is backing films for its own platform. “I don't think we are into the theatrical business. Maybe on certain films because that is what is required. Our goal is to do platform – we are not competing in the theatrical business.”

Bunuel suggested the reason why documentaries might be working well on Netflix rather than on a traditional linear broadcasters or at the cinema is down to the ability of the viewer to choose when to watch it.

“You maybe want to choose the right moment, maybe on a Sunday afternoon, maybe at a specific time when your mind is ready to get involved,” he said. “Documentary is something that stimulates the mind, while fiction is where you relax and are carried by the narrative.”

Recent Netflix feature-length documentaries include *Knock Down the House*, *Chasing Coral*, *Icarus*, *Fyre*, *The Legend of Cocalne Island* and *Homecoming*.



**REALSCREEN**

26/06/2019

JUIN / JUNE 2019



**REALSCREEN**



DOCUMENTARY FORMATS UNSCRIPTED PEOPLE/BIZ SH



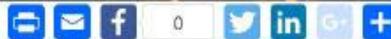
DOCS

**Sunny Side '19: France Televisions unveils "Global Doc" copro, development initiative**

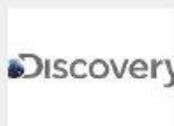
By Marie-Agnès Bruneau · June 26, 2019



**Top Stories**



**UNSCRIPTED**  
How unscripted producers are riding the reboot wave



**PEOPLE/BIZ**  
Discovery's series funding model: "There is uncertainty that needs to be"

LA ROCHELLE, FRANCE -France Télévisions has announced plans at Sunny Side of The Doc to establish an international production and development alliance, dubbed Global Doc, together with international broadcasters.

The goal is to initiate together ambitious documentaries in order to answer current content ecosystem changes and the competition of global digital platforms such as Netflix.

Speaking at the annual documentary conference at a session moderated by Peter Hamilton,



France Télévisions' head of documentary coproductions and international acquisitions, Caroline Béhar, said that the initiative's chief ambition is to have broadcasters and producers "conceive globally and co-create together" while ensuring reciprocity for partners.

"Many projects we had to abandon because we did not have enough funding," she said. "As well, why do 10 films [on the same subject] when we could do one or two [bigger ones] together?"

The Global Doc plans follow a similar effort in scripted through which France Télévisions has teamed with European pubcasters Rai and ZDF in a first look agreement whereby each partner submits its most ambitious international drama projects. For the doc initiative, plans are less formal and not necessarily involving any first look deal, with the pubcaster having in mind more of a club where partners can share their plans for ambitious projects with a global appeal.

The Global Docs partnership won't just limit itself to European partners, with all of FranceTV's usual doc coproducers being invited to join the club, including pubcasters NHK, Rai, CCTV, the BBC, PBS, or even streamers such as CuriosityStream, the pubcaster noted.

Béhar gave two examples of the kinds of international docs that could be created via Global Doc in the future. One is Gédéon Programmes' upcoming *Pompeii Rising*, a €1.6m budget venture recreating Pompeii in the light of the latest discoveries and involving, among others, France 5, CuriosityStream, ZDF, NHK, Rai, and RTBF.

For that project, according to Stéphane Millière, head of Gédéon, the team behind the scenes is truly international: the director is from Belgium, the chief archeologist is Italian, the reenactments are being shot in Bulgaria and CGI is being taken care of in Arles in France.

The Global Doc move is something of a continuation of France 5's past effort to facilitate international coproductions when it introduced its weekly primetime strand, 'La science Grand Format', three years ago. At Sunny Side, France Télévisions also showcased first images of *Lady Sapiens*, a coproduction between French indie Little Big Prod, videogame company and CGI supplier Ubisoft, and Ideacom International in Canada, which France Télévisions introduced to the producer.

"Caroline has been a facilitator," commented Ideacom's Josette D. Normandeau. "It's all complementary, we just want to make things happen," added Béhar.

The French pubcaster group has recently reshaped its organization in order to better address the digital age, moving away from a structure per channel, and refocusing on genre. Former France 2 documentary director Catherine Alvaresse was named director of documentaries across all channels and platforms, and, inside the doc unit, a coproduction and international acquisition department was created, headed by Caroline Béhar. Her department is now active across channels and platforms with digital platform France.tv currently upgraded, and set to include digital native shows including docs.

Sunny Side of the Doc continues in La Rochelle until June 27.



TBI

26/06/2019

JUIN / JUNE 2019

## TBI Television Business International



### China's CCTV-9 boards Zed's 'Wild Treasures Of China'

By Manori Ravindran | 26th June 2019 @ 00:57



French producer-distributor Zed and China's CCTV-9 have teamed for blue-chip series *Wild Treasures Of China*.

The 5 x 52-minute programme, unveiled at this week's Sunny Side of the Doc in La Rochelle, focuses on the rare species that inhabit China's untamed wilderness.

The project has a budget of €3m (\$3.4m) and will be shot in 4K, allowing the team to access previously inaccessible areas that are rarely open to international crews.

The first episode – three years in the making – is directed by Frédéric Larrey and focuses on the snow leopard. It will be delivered in February 2020.

France Télévisions, Smithsonian Channel, National Geographic Wild and NDR have all pre-bought the episode.

The remaining four episodes will be completed in 2021, and are to focus on China's other iconic animals, such as the Siberian tiger, Tibetan blue bear, Tibetan antelope and the giant panda.

Led by Manuel Catteau, Zed has struck co-productions with the likes of France Télévisions, Canal+, Arte, BBC and Nat Geo. The business produces around 40 films a year, and has a catalogue of around 1,200 hours, with recent programmes including *Hitler Youth* (Nat Geo US) and *Living Universe* (CuriosityStream).

Elsewhere, CCTV-9 is China's leading doc channel, broadcasting 24/7 with an audience of more than 800m. The channel often signs up as a co-production partner on blue-chip programming, with recent projects including BBC One's *The Hunt* and BBC/Tencent co-production *Seven Worlds, One Planet*.

## AUDIOVISUAL 451

26/06/2019

**AUDIOVISUAL451**  
el medio online de la industria audiovisual



En Combustión Cine Televisión Internet Videojuegos Estrenos Vídeos Informes Rincón del f

27 junio, 2019 a las 16:31

### El documental español acude a Sunny Side of the Doc con once empresas y dos proyectos en las sesiones de pitching

Publicado por **Redacción AV451**

La localidad francesa de La Rochelle ha acogido la 30ª edición de Sunny Side of the Doc, uno de los mercados y festivales sobre el género documental más importantes del mundo.



En su edición de 2019, el mercado se ha centrado en la ciencia como temática y en las diferentes formas de acercarse a ella de una manera innovadora desde el punto de vista audiovisual.



Cada año Sunny Side of the Doc reúne a más de **2.000 profesionales** del documental procedentes de 50 países. Al mercado acuden alrededor de 300 ejecutivos de adquisiciones e inversores, como los pertenecientes a BBC, Netflix, ARTE o France Televisions.

España no ha faltado a la cita en este 2019, con la asistencia de empresas como **Tinglado Film, Trafalgar Cinema, Treeline Distribution, Agallas Films, Ártico Distribution, Feelsales, Mina Films & Communication, Morada Films, Pocket Rocket Films, Somadrome y La Gaveta Producciones**. En total, once compañías de producción y distribución de documentales que han acudido a La Rochelle bajo la marca de **ICEX Docs from Spain**.

### *Line up de Docs from Spain en Sunny Side of the Doc 2019*



La delegación española ha contado con un espacio de reuniones y dos proyectos se han presentado en las sesiones de pitching de Sunny Side of the Doc. Se trata de **'The Builders of The Alhambra'** de Isabel Fernández con producción de Al Pati Produccions, y el documental de naturaleza **'The Tamed God'** de Juan Antonio Rodríguez Llano y Kalyan Varma con producción de Wild Stories Distribution.

## C21 MEDIA

25/06/2019

C21Media

Signed in as: [webmaster@sunnysideofthedoc.com](mailto:webmaster@sunnysideofthedoc.com)

Search C21Media

SUBSCRIBE RSS SHOP ABOUT C21 CONTACT MY ACCOUNT SIGN OUT

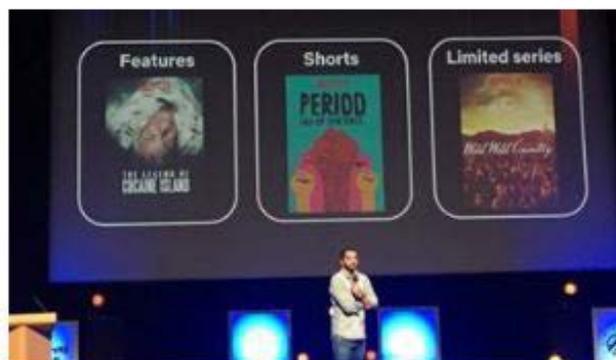
- Home
- News
- Perspective
- Sections
- Reports
- Mediabase
- Events
- Podcast
- C21TV
- C21Screenings
- Schedule Watch
- My C21
- Jobs

SCREENING NOW: Spell Keepers The Spell Keepers are a secret group of good witches called Kadabras

Home > News > [Netflix hungry for non-English docs](#)



### Netflix hungry for non-English docs



Diego Bunuel on stage at Sunny Side of the Doc

SUNNY SIDE: Netflix's director of original documentaries is seeking a broader range of docs from the European production community, beyond the English-language fare currently dominating the market.

Speaking at the 30th edition of factual event Sunny Side of the Doc here in La Rochelle, France, Diego Bunuel highlighted the fact that the streamer now has more non-English-speaking subscribers than it does English-speaking around the world.

As such, the company is seeking to increase its output of original non-English-language documentaries for local and global audiences. Two thirds of Netflix's 155 million subscribers worldwide have now watched an original documentary on the service, Bunuel claimed.

Just as Netflix's slate of non-English-language drama series sourced from different markets is expanding fast, "there will be more and more documentary productions of non-English language," said the exec.

"It's going to give us the opportunity to have new voices, new ways of telling stories that are not the traditional Anglo-Saxon storytelling motifs. We're looking for original voices, local voices and stories from these countries."

Bunuel added that, alongside Netflix's growing slate of non-fiction originals from the best of the British and US documentary production sectors, "my goal is to work with the best in the industry in Europe. Europe is our biggest market today. It's a booming market and growing very fast.

"My goal is to find the great directors, help them develop their stories, their features, their series; the great producers, so that we all can get documentaries that resonate in Europe but also globally."

Arriving on Netflix this autumn is French original docuseries Grégory (working title), from showrunner Gilles Marchand, which looks into an infamous child murder cold case.

Franco-American Bunuel, who is based in Netflix's first European office for documentaries, in London, said the firm also needed more films directed by women and stories about women. "Those are big issues for us," he acknowledged.

JUIN / JUNE 2019

## Netflix or not Netflix ? Le dilemme des documentaristes français



Au festival **Sunny Side of the doc**, la présence du géant du streaming offre de nouvelles opportunités aux auteurs et aux producteurs de documentaires. A condition de travailler à l'américaine... Le point de vue de quatre professionnels du secteur.

Diego Bunuel continue sa tournée. Après Munich, Barcelone et Tel-Aviv, le directeur du documentaire de Netflix sera ce mardi 25 juin au marché international du documentaire, le Sunny Side of the doc, dont la trentième édition s'est ouverte lundi 24 juin à la Rochelle. Dans un show bien rodé, il y présentera la stratégie éditoriale de la plateforme à une profession partagée, entre ceux qui ont déjà commencé à travailler avec elle, quand d'autres l'observent encore avec curiosité, inquiétude ou circonspection. Quatre professionnels français du secteur, dont deux collaborent déjà avec Netflix, nous livrent leur point de vue.

Matthieu Belghiti, producteur à What's up films de " Soupçons " (Staircase), coproduit et diffusé par Canal +, puis par Netflix

« Netflix, qui a donné une nouvelle vie à *Staircase* en lui offrant une diffusion mondiale, s'est engagée sur la production d'une nouvelle série documentaire, réalisée par Remy Burkel ( *Justice à Vegas* ) autour d'une affaire judiciaire qui se passe à Boston et croise des problématiques de racisme et de corruption. Nous y

Télérama.fr

www.telerama.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

Date : 25/06/2019  
Heure : 10:19:11  
Journaliste : François Ekchajzer/  
Olivier Milot

Page 2/4

[Visualiser l'article](#)

travaillons depuis un peu plus de trois ans. Le tournage a commencé voilà un an et demi, et le public devrait la découvrir dans un an.

Du fait de son sujet américain et des huit épisodes dont se compose la série, aucune chaîne française n'en aurait voulu. La faire avec Netflix présente d'autres avantages, à commencer par celui de disposer de beaucoup de moyens. En finançant les films à 100%, l'opérateur libère le producteur du travail consistant à chercher des financements complémentaires, et lui permet de se consacrer entièrement à l'artistique. C'est plaisant, mais cela suppose d'accepter de renoncer à ses droits, de ne plus être propriétaire des films qui sont le patrimoine d'une société de production.

Les relations producteur-diffuseur diffèrent également. En France, on propose un projet à une chaîne et la réponse se fait généralement attendre ; mais, le contrat signé, on perd de vue le diffuseur, qui ne réapparaît qu'à la fin de montage. Avec Netflix, on se retrouve dans un système à l'américaine, avec des comptes-rendus et des appels téléphoniques chaque mois. Tout est très encadré, même si l'opérateur témoigne, comme je le découvre, une grande confiance aux créateurs.

Produire une série judiciaire pour Netflix pose enfin un problème spécifique. Quand on tournait *Staircase*, on était une petite équipe française. En Caroline du Nord, personne ne connaissait Canal + et la justice nous a laissés tranquilles. Cette fois, certaines portes se sont fermées. Une diffusion mondiale et une médiatisation extrême ont pu faire peur. Mais les difficultés auxquelles la production documentaire est confrontée, sur France Télévisions comme sur Arte, donnent à voir en Netflix une ouverture intéressante, un opérateur de plus à défaut d'un nouveau marché. »

Rémi Lainé, documentariste (" La Rançon ", enquête sur le business des otages, diffusé sur Arte en 2017) et trésorier de la Scam (Société civile des auteurs multimédia)

« Lorsque Diego Bunuel, patron des documentaires sur Netflix, en avait la charge sur Canal +, il disait vouloir privilégier les « putains de films ». Je n'ai rien contre le principe d'efficacité à condition qu'elle ne cède pas à la putasserie, et je suis béat d'admiration devant certains documentaires diffusés sur Netflix, comme *Making a Murderer*. Mais je suis tout autant attaché au principe de diversité ; et l'efficacité pour l'efficacité a ses limites, car elle induit un certain type d'uniformisation. Je ne pense pas qu'un même ton ou un même type de voix et de musiques favorisent la création et le travail d'auteur. Certaines interviews sont tournées dans des décors reconstitués, censés éclairer la psychologie des personnages, ce qui est à l'opposé de la tradition du documentaire en France. Je ne suis pas un adepte invétéré du cinéma direct – il a montré ses limites –, mais entre cette tradition et cette façon artificielle d'aborder le réel, il y a un gigantesque champ exploratoire pour la diversité du travail d'auteur, qui ne subsiste malgré tout que parce qu'Arte et France Télévisions sont là.

Si mes films ne négligent pas – loin s'en faut – la question de l'efficacité, je ne pense pas que ma manière de faire puisse les intéresser. Que d'autres documentaristes le fassent ne me dérange absolument pas. Tant mieux pour eux. Mais il ne faudrait pas que les documentaires Netflix prennent trop de place et qu'ils définissent une sorte de modèle, d'autant que personne ne détient la formule d'un film à succès.

Certes, mes gamins sont de gros consommateurs de Netflix. Mais ils peuvent aussi être éberlués par certains bijoux que je leur fais découvrir sur Tënk. Bref, le maître-mot, pour moi, reste celui de diversité. »

Télérama.fr

www.telerama.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

Date : 25/06/2019  
Heure : 10:19:11  
Journaliste : François Ekchajzer/  
Olivier Milot

Page 3/4

[Visualiser l'article](#)

Luc Hermann, président de Premières Lignes (Cash Investigation, "Vert de rage", "Steve Bannon, le stratège de l'ombre", "Starbuck sans filtre"...)

Premières Lignes en co-production avec Nova Productions a contacté Netflix il y a un an pour lui proposer un projet de série documentaire (5X52 mn) de dimension internationale. Nous avons rapidement obtenu l'accord de principe de Netflix Londres puis de la maison-mère, à Los Angeles. Le processus de négociation de production a lui pris plus de temps mais nous avons eu affaire sur toutes les lignes du devis (enquête, fabrication, tournage, montage, post-production...) à des professionnels ultra-compétents. Nous sommes en tournage depuis janvier.

Netflix exige une grande confidentialité sur le contenu de ses productions que je revendique totalement puisque j'impose la même à nos équipes quand nous travaillons sur *Cash Investigation*. C'est la meilleure manière de laisser les journalistes travailler plus sereinement. Par ailleurs, une fois la série rendue, il y a encore un long processus avant sa diffusion sur la plateforme : traduction dans différentes langues, coordination de la sortie sur chacun de leur territoire, réalisation de bande-annonces spécifiques à certains marchés...

Netflix dispose des droits « monde » de cette série sur une très longue période. En contrepartie, elle paye mieux. On est dans le très haut du prix des documentaires de prestige de prime time commandés par les chaînes françaises. Nous avons du coup pu mettre plus de moyens sur les pre-enquêtes, rester plus longtemps sur le terrain, travailler avec des journalistes locaux chevronnés et mieux rémunérés ; et disposer de temps de tournage, de montage et de post-production plus confortables. La plateforme exerce un suivi rigoureux du processus de fabrication avec un reporting hebdomadaire des dépenses engagées, et nous a demandé d'utiliser un logiciel en langue anglaise de suivi de production et de comptabilité.

Sur le plan éditorial en revanche, il n'y a aucune différence à travailler avec Netflix ou d'autres diffuseurs comme France 2, Arte ou Canal+. Notre liberté reste totale mais là-aussi, nous les tenons régulièrement informé de l'état d'avancement du projet. Je ne vois pas ce qui pourrait nous freiner de monter de nouveaux films avec eux ou avec d'autres plateformes, comme Amazon, avec laquelle nous sommes actuellement en contact.

Christine Camdessus, productrice ( Alegria productions ) et directrice générale du Fipadoc (Festival international de documentaires à Biarritz)

« Qui pourrait se plaindre de l'arrivée d'un nouvel acteur dans un marché très demandeur de nouvelles sources de financement et de nouveaux publics ? Qu'une structure disposant d'un tel pouvoir en marketing s'intéresse au documentaire me semble une très bonne chose ; cela veut dire qu'il est considéré comme un produit d'appel.

Je suis en revanche plus soucieuse que les chaînes publiques européennes ne se laissent pas dépasser par Netflix, dont les processus de décision et d'engagement financier sont souvent plus rapides, et qui se distingue aussi par une « expérience consommateurs » irréprochable. La relation historique que les chaînes publiques entretiennent avec le documentaire est le pilier de son financement en Europe. Cela serait dommage que ce nouvel acteur mette en danger le financement de grandes œuvres accessibles à tous les publics.

Dans son mode de fonctionnement, Netflix rappelle les grands studios américains, qui ont toujours pris soin de s'attacher des talents en allant les chercher à l'étranger. Les créateurs européens seront-ils à l'aise en travaillant avec cette plateforme ? Je pense qu'il en ira comme à la grande époque d'Hollywood. Certains grands réalisateurs traversaient l'Atlantique pour passer deux ans à Los Angeles. On les installait au Château



www.telerama.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

Date : 25/06/2019  
Heure : 10:19:11  
Journaliste : François Ekchajzer/  
Olivier Milot

Page 4/4

[Visualiser l'article](#)

Marmont et, soit ils arrivaient à faire un film, soit ils rentraient chez eux en se disant qu'ils ne pourraient jamais travailler avec ces gens-là.

Serais-je prête à produire des documentaires pour Netflix ? La question est étrange. Tout dépend des projets, selon qu'ils se prêtent à une première exploitation sur une chaîne généraliste, sur une chaîne thématique, au cinéma ou sur une télévision payante de prestige — en d'autres termes, sur une plateforme. C'est le projet qui détermine sa structure de financement et sa structure de diffusion. Pour certaines documentaires, Netflix peut être le meilleur partenaire. »

## LE MONDE

25/06/2019

Date : 25/06/2019  
Heure : 11:20:29  
Journaliste : Mouna El Mokhtari

Le Monde.fr

www.lemonde.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

### Sunny Side of the Doc : France Télévisions se met à l'écoute des téléspectateurs

Offre numérique, documentaires « événements », positionnement engagé sur l'environnement : France Télévisions tire les leçons de sa consultation des téléspectateurs en octobre 2018 pour rafraîchir son offre de documentaires.

France Télévisions a ouvert le bal des annonces au marché international du film documentaire de La Rochelle, le Sunny Side of the Doc. L'entreprise publique, qui s'est lancée l'an dernier dans une refonte complète de son organisation, a présenté lundi 24 juin son offre documentaire. « *Ça fait six mois maintenant que notre unité documentaire commune est née pour le groupe* », explique Catherine Alvaresse, la directrice des documentaires pour France Télévisions. *Notre objectif principal était de redéployer l'offre documentaire sur les antennes complémentaires et puis de développer une offre numérique, destinée à notre plateforme France.tv.* »

Et pour établir cette offre, France Télévisions s'est tourné, l'automne dernier, vers ses téléspectateurs. Sur une plateforme web, intitulée « ma télé & ma radio demain », et en partenariat avec Ipsos, le groupe public a sondé plus de 127 000 téléspectateurs. « *Ils souhaitent une télévision publique qui s'engage, une télévision qui informe et instruit, proche, divertissante* », résume Nathalie Darrigrand, la directrice des programmes du groupe. En conséquence, France Télévisions a repensé son offre documentaire autour de cinq thématiques : l'environnement, thème mis en avant par les moins de 35 ans ; la culture et l'histoire ; le décryptage de faits de société ; proximité et diversité ; et enfin humour.

#### Sujets concernant sur formats courts

La présidente de France Télévisions, Delphine Ernotte, qui sera candidate à sa propre succession en 2020, ambitionne de faire de France.tv la première offre du groupe et le premier média numérique gratuit. Le groupe s'est félicité du « succès » qu'a connu le premier appel à projets sur et pour la plateforme, sur le thème « *climat : un tournant décisif* ». Plus de 130 projets ont été reçus. Plusieurs seront sélectionnés d'ici le 1<sup>er</sup> août pour un développement sur France.tv. Sexualité ( « *Clit Revolution* » d'Elvire Duvelle-Charles et Sarah Constanti), environnement ou encore identité numérique, l'offre documentaire de la plateforme abordera des sujets concernant sur des formats feuilletonnés et courts.

Interview avec Delphine Ernotte : « Redéployer nos audiences et nos budgets vers le numérique, c'est le sens de l'histoire »

Sur ses antennes, France Télévisions compte bien faire l'événement avec plusieurs documentaires susceptibles de nourrir le débat public. « *Nous développons avec force des films qui parlent sans tabou et avec rigueur de l'environnement, le défi de notre siècle* », insiste Nathalie Darrigrand. *Qu'il s'agisse du combat super local ou de la cause globale, ces films nous engagent.* » Ainsi, une nouvelle série d'enquêtes, *Green Blood* sur France 5, suivra le travail des journalistes de Forbidden Stories, réseau de quarante journalistes qui reprend les investigations de confrères assassinés alors qu'ils enquêtaient sur des scandales environnementaux. Au menu également, une deuxième saison pour la série d'investigation environnementale *Vert de rage*.



Date : 25/06/2019  
Heure : 11:20:29  
Journaliste : Mouna El Mokhtari

## Le Monde.fr

www.lemonde.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

Un autre documentaire doit faire l' « événement » pour le groupe : « *Notre Dame de Paris : l'épreuve des siècles* », qui reviendra en animation 3D sur huit siècles de l'histoire de l'édification du monument jusqu'au spectaculaire incendie qui a ravagé sa toiture le 15 avril dernier.

Enfin, pour faire face à la féroce concurrence des services de vidéo à la demande (Netflix, Amazon Prime ou OCS), qui proposent et produisent parfois eux aussi des documentaires originaux, France Télévisions a décidé « *qu'il était temps de s'allier pour co-crée* ». Sous la houlette de Caroline Behar, directrice déléguée du pôle Coproductions internationale et Achats (CIA), le groupe va lancer prochainement « *Global Doc* », un réseau pour initier, développer et diffuser, avec des chaînes et des producteurs de télévision étrangers, des projets communs de documentaires. Une dizaine de projets sont en cours de production dont par exemple *Lady Sapiens*, un documentaire qui ambitionne de faire tomber quelques idées reçues sur les femmes préhistoriques à l'aide d'images « *très rigoureuses d'un point de vue scientifiques* » réalisées par l'éditeur de jeu vidéo français Ubisoft.

## SATELLIFAX

25/06/2019

# Satellifax

Pays : FR  
Périodicité : Quotidien



Date : 25 juin 2019  
Page de l'article : p.1-2



Page 1/1

### À la Une

#### Global Doc : une alliance de partenaires internationaux pour aller plus loin dans le documentaire

L'alliance **Global Doc**, présentée lundi 24 juin en ouverture du **Sunny Side of the Doc** à La Rochelle et créée sous l'impulsion de **France Télévisions**, doit permettre au groupe public de se positionner sur les **documentaires les plus ambitieux du marché**, de **pousser à l'international ses projets en cours de développement** et de **cocréer des projets**, a expliqué **Caroline Behar**, directrice du pôle Coproductions internationales et achats (CIA) lors d'une présentation sur le thème « Global Doc, international coproductions on the spot ».

« On travaillait déjà avec des grands réseaux internationaux (NHK, PBS, BBC, CCTV...) ou des plateformes comme CuriosityStream, mais Global Doc est une alliance pour **pousser le curseur plus loin**. Il est intéressant de travailler sur des coproductions, mais encore plus de pouvoir cocréer des projets et de **travailler dans un esprit de réciprocité** », a indiqué Caroline Behar.

Rappelons que France Télévisions a déjà noué, en mai 2018, une **Alliance** avec ses partenaires européens **ZDF** et **Rai** dans le domaine de la fiction (*Satellifax* du 3 mai 2018).

(90') est coproduit par Little Big Story, Ideacom International et Ubisoft. Le projet a été apporté par Jacques Malaterre, qui faisait partie des experts ayant travaillé sur le jeu **Far Cry Primal** d'Ubisoft. Des images issues de ce jeu seront d'ailleurs intégrées au documentaire, de même que des scènes d'évocation réalisées par le canadien Ideacom International.

#### L'enjeu de la BBC

Global Doc doit aider les partenaires à unir leurs forces pour **mener à bien plus de projets**. « Depuis deux ans, beaucoup de projets ont dû être **abandonnés faute de financement ou de diffuseur**. Ce

rait le devenir à terme. Il s'inscrit dans la lignée de ce que France Télévisions avait mis en place pour produire les documentaires scientifiques de la case « Science grand format » de France 5. Les différents partenaires organisent deux fois par an des **séances de brainstorming**. « **L'entrée se fait par projets et ceux qui présentent le projet ont le lead** », a expliqué Caroline Behar en marge de la présentation.

Il fédère **différents diffuseurs publics** européens (France Télévisions, RTBF, RTS, ZDF, SVT, BBC Studios, RTVE, Rai), asiatiques (NHK, CCTV, EBS), Australien (ABC, SBS) et américains (CBC/Radio-Canada, PBS) et des **producteurs**, parmi lesquels **Gedeon Programmes** et **Little Big Story**, qui ont présenté la manière dont ils ont travaillé et trouvé des alliances pour leurs coproductions internationales destinées à la case Science grand format de France 5.

**Pompéi renaît de ses cendres** (90'), est coproduit par Gedeon Programmes avec plusieurs acteurs internationaux (AT Prod, RTBF, CuriosityStream, France Télévisions, ZDF, NHK, SVT, SBS, Česká TV...).

**Lady Sapiens, à la recherche des femmes de la préhistoire**

réseau de partenaires doit permettre de **mener plus de projets à terme**, de réaliser **plus de tournages** et de produire **différentes versions** pour l'international », a souligné Caroline Behar.

L'alliance doit aussi permettre aux diffuseurs de se positionner **unis face aux propositions des plateformes**, notamment Netflix. « **L'enjeu, c'est la BBC** », a indiqué **Delphine Ernotte Cunci**, présidente de France Télévisions et vice-présidente de l'UER, en marge de la présentation. « La BBC a un accord qui court encore avec Netflix, mais ils commencent à se rendre compte qu'ils se font piquer leurs talents. Si plusieurs partenaires pouvaient se fédérer, **ils équilibreraient peut-être la proposition financière d'une plateforme globale** », a-t-elle détaillé. ■



Date : 24/06/2019  
Heure : 11:39:53  
Journaliste : Fabien Lemerrier

cineuropa.org  
Pays : Belgique  
Dynamisme : 0



Page 1/4

[Visualiser l'article](#)

## SUNNY SIDE OF THE DOC 2019 Sunny Side of the Doc souffle ses 30 bougies

24/06/2019 - Plus de 2000 professionnels de 50 pays du 24 au 27 juin, à La Rochelle, pour la 30<sup>e</sup> édition du Marché international du documentaire et des expériences narratives



*Touch Wood* de Balint Revesz et Angus MacInnes

Alors que le CNC vient de publier son étude annuelle sur le documentaire (lire [ici](#)), débute aujourd'hui à La Rochelle, le 30<sup>e</sup> Sunny Side of the Doc qui va réunir du 24 au 27 juin plus de 2000 professionnels (décideurs, financeurs, distributeurs, créateurs de contenu et producteurs du monde entier) issus de 50 pays.

(L'article continue plus bas - Inf. publicitaire)

iframe : [redir.opoint.com](#)

Le Marché international du documentaire et des expériences narratives met cette année à l'honneur l'Allemagne, l'un des territoires les plus actifs en matière de coproduction et de distribution de documentaires. Sous l'égide de German Films, un pavillon regroupe des membres de l'association des producteurs AG DOK et plus de 12 sociétés de production Vidicom Media GmbH, a&o buero filmproduktion, FechnerMedia, New



Date : 24/06/2019

Heure : 11:39:53

Journaliste : Fabien Lemercier

cineuropa.org  
Pays : Belgique  
Dynamisme : 0



Page 2/4

[Visualiser l'article](#)

Docs, Längengrad Filmproduktion, Karbe Film, Coin Film, G-Film, Vision Airways ou encore 4ED1. Des tables rondes spécifiques sont au menu, notamment "Cinéma, télévision et plates-formes : quelles stratégies adopter pour le documentaire" (qui comptera parmi ses intervenants **Christiane Hinz** de WDR et **Diego Buñuel** de Netflix), l'atelier "World of Wonders - Encounters with the Blockchain" organisé par Creative Europe Allemagne, ou encore une session de matchmaking orchestré par le FFA.

Toujours très attendues, les cinq sessions de pitches thématiques (Science/ Société & Investigation /Histoire / Arts & Culture mettront en avant une sélection de 36 projets issus de 18 pays, en quête de financements et qui seront évalués par 300 décideurs, chargés de programmes, acheteurs et distributeurs internationaux. A noter que cette année, c'est la thématique Science qui est plus particulièrement mise en avant.

Pour la troisième année, le Sunny Side of the Doc organise également PiXii (Parcours interactif d'expériences immersives & innovantes), un marché spécifique incluant une sélection de 15 dispositifs venus de France, Belgique, Pays-Bas, Suisse et Allemagne, mettant en valeur des narrations originales, centrées sur l'expérience utilisateur et la transmission des connaissances grâce à des technologies numériques comme la réalité virtuelle, la réalité augmentée, le son binaural, les objets connectés, l'intelligence artificielle et la 3D relief.

Cette 30e édition, dont la présidence d'honneur est assurée par la productrice **Ellen Windemuth** (*Off The Fence*), verra aussi les diffuseurs (Arte, France Télévisions, Canal+, etc.) détailler comme à l'accoutumée leurs line-up. Et en prologue de la soirée anniversaire sera projeté en avant-première européenne *Woodstock: Three Days That Defined A Generation* de **Barak Goodman** et **Jamila Ephron**.

Projets européens sélectionnés aux pitches :

#### Société & Investigation

*Touch Wood* (Hongrie)  
Auteurs : **Balint Revesz**, **Angus MacInnes**  
Production : ELF Pictures

*Nenets vs Gas* (France)  
Auteur : **Sergio Ghizzardi**  
Production : Little Big Story

*Olympic Halftime* (République Tchèque)  
Auteur : **Haruna Honcoop**  
Production : D1film

*La face noire des énergies vertes* (France)  
Auteurs : **Jean-Louis Pérez**, **Guillaume Pitron**  
Production : GAD

#### Histoire

*The Trap. 40 Years of War in Afghanistan* (Allemagne)  
Auteurs : **Marcel Mettelsiefen**, **Mayte Carrasco**  
Production : PROGRESS, LOOKSfilm



Date : 24/06/2019  
Heure : 11:39:53  
Journaliste : Fabien Lemerrier

cineuropa.org  
Pays : Belgique  
Dynamisme : 0



Page 3/4

[Visualiser l'article](#)

*Letters Without Signature* (Allemagne)  
Auteur : **Christian Schulz**  
Production : NEW DOCS

*La guerre des Allemands – Dans l'œil du cyclone* (France)  
Auteur : **Jérôme Prieur**  
Production : Roche Productions

*Decolonisations* (France)  
Auteurs : **Karim Miske, Marc Ball, Pierre Singaravelou**  
Production : Program33

#### Arts & Culture

*The Subharchord – A Child of the Golden Age* (Norvège)  
Auteur : **Ina Pillat**  
Production : True Fiction

*Kubrick par Kubrick* (France)  
Auteur : **Gregory Monro**  
Production : Temps Noir

*Escape to the Silver Globe* (Pologne)  
Auteur : **Jakub Mikurda**  
Production : Silver Frame , Stanislaw Zaborowski

*The Paper Architect* (Italie)  
Auteur : **Emiliano Galigani**  
Production : Berta Film

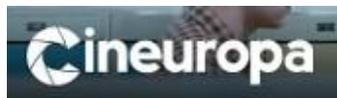
*Soul Sisters* (Royaume Uni)  
Auteur : **Peter von Puttkamer**  
Production : Espresso Media International

*Jean-Pierre Melville, le dernier samouraï* (France)  
Auteur : **Cyril Leuthy**  
Production : Roche Productions

#### Science

*Planète Méditerranée* (France)  
Auteurs : **Gil Kébaïli, Laurent Ballesta**  
Production : Les gens bien production

*Scat Man* (Autriche)  
Auteur : **Ruth Berry**  
Production : Terra Mater Factual Studios



Date : 24/06/2019  
Heure : 11:39:53  
Journaliste : Fabien Lemerrier

cineuropa.org  
Pays : Belgique  
Dynamisme : 0



Page 4/4

[Visualiser l'article](#)

*Kromdraai – Les enfants du berceau de l'humanité* (France)

Auteur : **Cédric Robion**

Production : Ex Nihilo

*La fabrique de l'ignorance* (France)

Auteurs : **Pascal Vasselin, Franck Cuveillier**

Production : ZED

*La science des émotions* (France)

Auteurs : **Jessy Picard, Sonia Ruspini**

Production : Effervescence label

*Sapiens, le nouveau départ* (France)

Auteur : **Olivier Julien**

Production : Arte France

*Incendies géants : enquête sur un nouveau fléau* (France)

Auteurs : **Nicolas Koutsikas, Cosima Dannoritzer**

Production : Georama Tv

*Le mystère des arbres* (France)

Auteur : **Emmanuelle Nobécourt**

Production : Hauteville Productions

*Everything You Always Wanted To Know About Your CO2 Footprint (But Were Afraid To Ask)* (Allemagne)

Auteur : **Johan von Mirbach**

Production : a&o buero filmproduktion

#### **Histoire naturelle & Animalier**

*The Tamed God* (Espagne)

Auteurs : **Juan Antonio Rodriguez Llano, Kalyan Varma**

Production : Wild Stories Distribution

*La quête du sauvage* (France)

Auteur : **Jean-Charles Granjon**

Production : Bluearth production

*Kelp The Mysterious Underwater Forest* (France)

Auteur : **Stéphane Begoin**

Production : Films à Cinq



**MEDIAKWEST**

24/06/2019

MEDIAKWEST  
Pays : FR  
Périodicité : Trimestriel



Date : Juin - aout 2019  
Page de l'article : p.40-42  
Journaliste : Emma Mahoudeau  
Deleva



Page 1/3

# Sunny Side of the Doc : 30 ans de mutation au service du film documentaire

**Du 24 au 27 juin, Sunny Side of the Doc fête ses trente ans** à La Rochelle. Ce marché international du film documentaire est désormais the place to be pour tout acheteur de programmes. Entre sessions de pitches, thématiques en phase avec les évolutions du secteur, il n'a cessé de se réinventer pour répondre aux besoins du marché et anticiper les virages culturels et technologiques. À quelques semaines de son 30<sup>e</sup> anniversaire, retour sur ces années fécondes en compagnie de son créateur et commissaire général, Yves Jeanneau.

Par Emma Mahoudeau Deleva

## 1990 : Le marché international du film documentaire voit le jour

Quand Yves Jeanneau crée le Sunny Side of the Doc, de marché international du documentaire il n'y avait point. « L'idée qu'un tel marché puisse exister était jugée comme saugrenue. C'est important de garder cela en tête, car tout le monde l'a oublié et a tendance à penser que c'était mieux avant », glisse-t-il. Or, à cette époque, les chaînes produisaient les programmes en interne. Il a fallu attendre la création de Channel 4 en Angleterre, puis de Canal+ en France, qui rapidement s'ouvre aux documentaires, et enfin de la 7 qui deviendra Arte, pour que les perceptions changent. En choisissant de ne pas créer d'unités de production en interne, ces trois chaînes décident de travailler avec des producteurs indépendants. « C'était la condition sine qua non sans laquelle le marché international du film documentaire ne pouvait démarrer. Et pourtant, nous l'avons lancé en 1990, même si ces conditions objectives n'étaient pas encore réunies pour qu'un tel marché se développe », reprend le fondateur. Deux concepts sont à la base de la naissance du Sunny Side : la professionnalisation et l'internationalisation. Il a fallu créer les coproductions, les alliances. « Nous avons donc imaginé et concrétisé ce rendez-vous de ce qu'il convient d'appeler à l'époque d'aficionados, d'utopistes et d'amoureux d'un genre non encore économiquement rentable. Nous étions un peu en avance sur les besoins du secteur télévisuel qui commençait à mourir lentement de cette vieille structure archaïque – la production en interne – où la productivité était minime et la créativité peu brillante », sourit-il. Il faudra près d'une dizaine d'années pour que le marché se fasse une place au soleil et attire plus de mille professionnels.

## 2006 : Le marché se relocalise, de Marseille à La Rochelle

Ce déménagement d'une mer à l'océan est non seulement un changement de lieu, mais aussi de mode d'organisation, de structure éditoriale. « En inventant les sessions de pitches, nous allons réunir à la fois



Sunny Side of the Doc, sous l'impulsion de son créateur, Yves Jeanneau, est une expérience qui n'a de cesse de s'enrichir.  
© Jean-François Augé / StudioQuint.com

les projets et les responsables de chaînes. Nous allons aussi très rapidement thématiser ces présentations », explique-t-il. Cette thématisation est l'une des pierres angulaires du marché : elle s'appuie sur les besoins du secteur et elle permet de cibler précisément les acheteurs, les représentants de chaînes sur le type de films qu'ils recherchent sans perdre de temps, sur des sujets qui ne les intéressent pas directement. Thématiser permet donc un gain en temps et d'efficacité. « Pour mettre en place des coproductions, il était indispensable de présenter les projets en amont », souligne-t-il. À l'époque, Yves Jeanneau a déjà une parfaite connaissance du secteur. Il est non seulement producteur : avec Les Films d'Ici puis au sein de TelFrance, tout en étant aussi au cœur de l'industrie, ayant occupé le poste de directeur des documentaires à Pathé Télévisions avant de diriger l'unité documentaire de France 2. « Je n'ai fait qu'organiser la satisfaction des besoins. Il était indispensable de comprendre ce qui faisait qu'une chaîne anglo-saxonne puisse accepter de coproduire un documentaire dans une autre langue. Une fois la question de la langue réglée, on touche à l'universalité du sujet autant qu'à son exclusivité »,

précise Yves Jeanneau. Ce point essentiel n'a pu être validé qu'une fois mises en place des règles de bonne pratique afin qu'un sujet présenté dans un pitch ne soit pas ensuite « réorienté » par les chaînes. « Le fait que ces pitches soient organisés au sein du Sunny Side était de fait une protection, une garantie. » Les thématiques ont aussi évolué au gré du marché et de ses demandes, en fonction de l'existence des cases dans les grilles des chaînes et dans le développement des projets choisis. Par exemple, le nombre de cases consacrées au documentaire sur l'art et la culture est minime sur les chaînes de télévision européennes, malgré une production importante de ce type de programmes. « Le marché change et le Sunny Side s'adapte. Il est plus numérique que télévisuel. » L'animalier (Wildlife) s'est contracté, avec un marché qui regroupe un tout petit nombre de producteurs, proposant des films à dimension internationale. Les films d'histoire et de science ont par contre explosé en termes de volume au cours des quinze dernières années. À La Rochelle, le Sunny Side investit les anciens docks du Vieux Port, qui offrent un espace élargi. Sont alors développés les stands, les ombrelles, les pa-



MEDIAKWEST  
Pays : FR  
Périodicité : Trimestriel

Date : Juin - aout 2019  
Page de l'article : p.40-42  
Journaliste : Emma Mahoudeau Deleva

JUIN / JUNE 2019



Page 2/3



Avec Pixii, le public a accès aux nouvelles expériences comme la réalité virtuelle. © Jean-François Augé / StudioOuest.com



Musées et institutions recevant du public s'intéressent de plus à plus à comment proposer des visites enrichies.  
© Jean-François Augé / StudioOuest.com

### Hope Frozen, de l'Asian Side of the Doc à Toronto

Lors du festival Hot Docs de Toronto (Canada), le film *Hope Frozen* de Pailin Wedel, une jeune journaliste thaïlandaise, a reçu le prix du meilleur long-métrage documentaire. « J'ai eu ce film en formation à Bangkok, à l'Asian Side. La journaliste à l'origine souhaitait réaliser un 26 minutes. Après une session de training, elle a compris que le sujet était bien plus global qu'elle ne le pensait à l'origine. Elle a continué à travailler. Son film a été projeté dans plusieurs festivals et a gagné un prix dans un des festivals les plus importants. C'est une histoire formidable. Sur un exemple comme celui-ci, je me dis que l'on a joué notre rôle. Sans l'Asian Side of the Doc et les formations, ce film n'aurait probablement pas existé. »

villons pour des délégations, des pays...  
« Nous voulions disposer d'un lieu à la fois convivial et chaleureux où tout puisse se faire à pied : rendez-vous, panels, sessions de pitches etc. C'est une vraie philosophie avec un environnement urbain agréable qui sied au business. » Alors que le marché prend ses marques dans la cité rochelaise, arrive alors un tournant majeur : la crise mondiale de 2008.

### 2008 : le marché du documentaire se redessine à l'échelle du monde

« Cette crise a eu un impact extrêmement fort sur les chaînes publiques, sur les budgets, sur les agences gouvernementales. Elle désorganise complètement et profondément les structures. C'est alors une sorte de panique qui s'empare du secteur », raconte

Yves Jeanneau. Des rumeurs vont annoncer la mort du documentaire et promptement tenter de l'enterrer, notamment en lien avec la chute drastique des prix et la perte de valeur des chaînes traditionnelles européennes. « C'est alors que je sens arriver un phénomène de compensation du marché : son élargissement géographique. De nouveaux pays entrent dans la course, notamment ceux d'Asie, avec leurs propres modes de production. » Se mettent en place des dynamiques de production moins onéreuses grâce aux développements technologiques tels que la captation et la diffusion numérique. Elles permettent aussi de mieux faire circuler les films. « C'est une période de profonds changements de modèle économique, mais aussi de dimension : le marché devient alors intrinsèquement international. Seul le Sunny Side a alors les capacités à aller chercher ces forces vives au sein des territoires en Asie ou en Amérique latine en mettant sur pied des événements dédiés au cœur même de ces régions. C'est vraiment l'esprit de Sunny Side de bâtir le marché au fur et à mesure selon ses besoins et contraintes. » En dix ans, le film documentaire a connu un second souffle. De nouvelles formes d'organisation sont apparues. « La crise de 2008 a fait des distributeurs, des acteurs indispensables pour compenser la faiblesse des prix d'achat par un plus grand nombre de ventes. Ils se sont spécialisés et ont noué des liens avec certains producteurs, allant même jusqu'à faire des deals croisés entre acheteurs de différents pays. Cela a restructuré différemment le métier de producteur. » Cela permet la valorisation des œuvres sur une plus longue période. En outre, la réforme du documentaire réalisée par le CNC en 2016 a véritablement fourni l'impulsion pour internationaliser la production et rehausser le niveau de créativité.

### 2017 : le marché s'ouvre aux nouvelles technologies innovantes

En outre, la révolution numérique a donné naissance à de nouveaux studios qui mettent en œuvre des technologies émergentes pour la production documentaire

Tous droits réservés à l'éditeur

SUNNY2 0951996500503



MEDIAKWEST

Pays : FR  
Périodicité : Trimestriel

Date : Juin - aout 2019  
Page de l'article : p.40-42  
Journaliste : Emma Mahoudeau Deleva



Page 3/3

JUIN / JUNE 2019



Le réseau Canopé et le programme Ocean School, présente l'an dernier Jean-François Augé / StudioQuest.com

(réalité virtuelle, réalité augmentée, son spatialisé, etc.). Les donneurs d'ordres ne sont plus uniquement les chaînes de télévision mais aussi, désormais, les LBE (Location Based Entertainment). « Ce sont des musées, des institutions du patrimoine, tous les endroits fréquentés par le public. Cela ouvre tout un champ de productions qui ne sont pas destinées à la télévision, mais à un public curieux, volontaire et plus jeune. » Ces nouvelles productions narratives sont particulièrement illustrées par les créations des 70 membres du syndicat FXN, l'association des producteurs nouveaux médias indépendants qui œuvrent à la mutation numérique des industries culturelles et créatives françaises. « Ils sont à l'origine de nouvelles pratiques extrêmement novatrices, variées et créatives. » En 2017, Yves Jeanneau imagine un nouveau volet à Sunny Side of the Doc avec PIXii : un parcours interactif d'expériences immersives et innovantes. Son but est d'ouvrir de nouvelles perspectives pour la médiation culturelle numérique, en connectant les producteurs de contenus, les acteurs culturels et les entreprises de technologies innovantes. « Les musées expriment leur besoin de comprendre, de se former. La plupart n'ont pas d'expérience en matière de coproduction. Pendant deux ans, nous avons fait œuvre de formation. Cela s'est si bien passé que l'Institut français et le réseau culturel français à l'étranger ont invité cette année une quinzaine de professionnels internationaux de haute volée à découvrir les acteurs français de la médiation numérique et de l'innovation culturelle, lors du Sunny Side. La délégation sera accueillie du 25 au 27 juin au PIXii Festival, le festival international des narrations et cultures digitales », se réjouit Yves Jeanneau.



Suivant l'évolution des modes de capture d'écran, le Sunny présente aussi des merveilles de technologies comme les drones. © Jean-François Augé / StudioQuest.com



Yves Jeanneau a imaginé, il y a trente ans, ce marché international du film documentaire, devenu le rendez-vous incontournable du secteur. © Jean-François Augé



Pitch et présentation de projets, un des atouts du Sunny, des moments de travail sérieux et parfois décalés. © Jean-François Augé / StudioQuest.com

### Quid de l'avenir ?

« Nous sommes dans cette phase où Netflix a pris une réelle place dans le paysage, que ce soit en termes de diffusion ou de production. Des plates-formes de ce type vont-elles résister à l'arrivée d'un concurrent comme Disney/Hulu ? Réussiront-elles à imposer leur algorithme face à ce nouveau géant ? Tout le modèle économique va, dans tous les cas de figures, s'en trouver une nouvelle

fois bouleversé. Enfin, la question se pose aussi pour les chaînes de télévision qui résistent encore : comment vont-elles réussir à s'organiser ensemble pour offrir des solutions alternatives aux plates-formes ? », conclut Yves Jeanneau. Selon lui, sans la coproduction, point de salut pour ces chaînes qui, dans le cas contraire, verront

leur offre s'appauvrir jusqu'à ne devenir que de simples plates-formes de diffusion. Le défi des chaînes est désormais d'avoir assez de budgets conséquents pour pouvoir entrer dans la production de programmes originaux et d'envergure internationale avant qu'ils ne soient captés par Netflix. ■

Tous droits réservés à l'éditeur

SUNNY2 0951996500503



# DocumentaryBusiness.com

Peter Hamilton Consultants, Inc

[Home](#) [Index](#) [Bio](#) [Key Events](#) [Podcasts](#) [Consultations](#) [Studies](#)

## Case Study: STORMBORN. A \$1.5 Mn Wildlife Coproduction by Love Nature, Smithsonian Channel, ARTE, BBC Scotland & Screen Scotland. Maramedia is the Producer

2019 JUNE 23

The sharing of costs and rights on editorial partnerships is becoming increasingly important in the 'Netflix Era.'

Our **STORMBORN** Case Study is an inspiring example of a successful coproduction.

It's the story of how a medium-sized Scottish production company developed a compelling Natural History concept that attracted the multiple partners who could realize a limited series budgeted at \$1.5 million.



### Concept

★ *On the wild northern edge of the Atlantic Ocean is a land of fire and ice. This is a place of active volcanoes, towering seas, fierce storms, and frozen rivers. To raise your family here seems With the odds stacked so heavily against you, even surviving seems a feat of endurance. But special clans of animals do survive here and survive in style. They're otters, arctic foxes, reindeer, puffins, seals, and orca. Against this background of ice-carved rock, they must work to make homes, find mates, and raise their special youngsters – **THE STORMBORN**.*

**CASE STUDY**

Documentary  
Business.com





### Trailer

<https://vimeo.com/340651435/a42718827c>

### First Pitch

- ★ The idea was originally pitched by Glasgow-based **Maramedia** to **Love Nature** at MIPTV in 2018,
- ★ Discussions continued during **Sunnyside of the Doc** where Love Nature, in partnership with **Smithsonian Channel**, confirmed their greenlight pending financing.



### About Maramedia

- ★ **Maramedia** has developed an expertise in filming in Scotland and the Nordic countries.
- ★ **Nigel Pope** is a pioneer of dramatic character-led Natural History, but his approach had never been used with these unusual animals in fabulous and iconic Northern Landscapes.

*In recent years we have been fortunate to work in many remote northern landscapes with animals rarely seen in blue-chip programming. However, we had never seen a series that focused on this part of the world and on the dramatic stories of the animals that live here. So this seemed like an ideal marrying of spectacular species and locations with drama-based storylines of animal clans facing the same elemental forces of extreme weather. And of course, we're a tough Northern lot and love a challenge like this.*  
**Nigel Pope**

### Intended format

- ★ 3-part limited series.

### Blue Ant Media's Love Nature brand

Carlyn Staudt, Blue Ant's EVP of Programming & Development described how STORMBORN fits into Love Nature's mission:

- ★ "**Love Nature** is a modern 4k natural history content brand that is platform agnostic.
- ★ It is a joint venture between Blue Ant Media and Smithsonian Networks that was formed in 2015.
- ★ Love Nature reaches viewers and lovers of wildlife on whatever platform they use, from linear, OTT, VOD, YouTube, and more. We go where the consumer is watching.
- ★ We continue to offer viewers a chance to get closer to nature through both powerful stories about the natural world and stunning 4k and HDR footage.
- ★ Our goal is to foster a deeper understanding of and connection to the planet we call home through our content, which is one of the largest libraries of 4K natural history programming in the world."



#### **How STORMBORN realizes Blue Ant's strategy**

##### **Editorial:**

- ★ "Love Nature's new editorial strategy has been to focus on story-driven content celebrating the complexity of life on earth and engaging viewers at a heartfelt level while at the same time fostering deeper knowledge about the natural world.
- ★ The STORMBORN wildlife trilogy tells the intimate, family stories of the key species found in the northern Atlantic that form the narrative of this series.
- ★ The storytelling carefully intertwines each location and species to reveal in surprising ways the animal's lives in this particular location.
- ★ This series also helps us realize our goal of getting viewers closer to nature through stunning 4K and HDR content that really pops on-screen."

##### **Business Strategy:**

- ★ "From a business perspective, the series fits perfectly with Love Nature's strategy to co-produce high end, Blue Chip natural history content that is story driven and has global appeal."

##### **Development**

- ★ Nigel Pope and Jackie Savery pitched Carlyn at MIPTV 2018.
- ★ Then Alison Barrat, who is head of development & production for Love Nature worked with Tria Thalman, EP for Natural History at Smithsonian Channel, to develop the concept further with Maramedia.
- ★ Further editorial and financing discussions happened at Sunny Side of the Doc and the project was greenlit by Love Nature, in partnership with Smithsonian Channel, pending full financing.
- ★ Maramedia pitched ARTE at Sunnyside and ARTE confirmed their contribution a few months later.
- ★ Maramedia also worked to pitch BBC Scotland and Screen Scotland who confirmed their involvement late in the fall of 2018.



## Partners

- ★ Love Nature, Smithsonian Channel, ARTE, BBC Scotland, Screen Scotland

## Production Timeline

I asked Maramedia's **Nigel Pope** about the timeline:

- ★ "We started filming in February 2019 with stormy seas of Shetland and a young otter family learning to fishing in the waves.
- ★ We have also completed filming trips to the remote and dramatic Hornstrandir peninsula of Iceland where we secured access in a difficult time of year to film Arctic foxes pairing up in the worst of the winter storms.
- ★ In Norway, our team captured some truly breathtaking and mesmerising behavior of the vast herds of reindeer in the high mountains.
- ★ Our filming team has also just returned from some exciting new shoots with reindeer babies and the first returns of the comical seabirds – puffins.
- ★ We have many more exciting filming trips scheduled for the coming months and look forward to taking the first show into the edit in the late summer."

## Field Production

- ★ Filming spans February to November 2019 (although it is not every day between these dates).
- ★ Most cinematography by Fergus Gill, Peter Barden and Asgeir Helgestad.
- ★ Maramedia's team approach means that both Jackie Savery and Nigel Pope are working to write and craft the series in
- ★ Their key challenge? Weather! Weather! Weather!

## Format

- ★ 4K & HDR

## Post-production

- ★ Episode 1 starts cutting in August 2019.

## Production Budget

- ★ Estimate: US\$1.5m
- ★ Estimated contributions:
  - ★ Love Nature 60%
  - ★ ARTE 15%
  - ★ BBC Scotland 17%
  - ★ Screen Scotland 8%

## Delivery

- ★ The series delivers to Love Nature in April 2020.
- ★ Separate versions: Love Nature, Smithsonian Channel, ARTE, BBC Scotland



#### Distribution

- ★ **Blue Ant International** will handle global distribution for the series outside the committed markets.

#### Scheduled Release

- ★ Premiere on Love Nature in the fall of 2020.



#### Key Takeaways from Love Nature

I asked **Carlyn Staudt** what does the project's successful development tell us about the Wildlife genre today?

- ★ "Wildlife is a genre that easily has global appeal.
- ★ There is still an appetite with regional terrestrial partners and brands that have global reach like Love Nature.
- ★ Strengthening storytelling is a way that we evolve the genre past just survey films about locations.
- ★ By reaching viewers at a heartfelt level and showing similarities between animals and ourselves we can create emotional connections to nature in a deeper and more meaningful way."

And about the relevance of coproductions?

- ★ "The success of projects like STORMBORN is all about finding ways to creatively window and share rights.
- ★ Therefore, co-production can work well with Blue Chip Natural History projects.
- ★ Coproduction is often needed in this genre in order to realize ambitious budgets. Partners can still be found in this space."

#### More Reading

- ★ Love Nature: [com/](#) [Twitter](#)/[Facebook](#)/[YouTube](#)/[Instagram](#)
- ★ **Blue Ant Media + Carlyn Staudt Bio**
- ★ **Maramedia**
- ★ **Smithsonian Channel**



**SCREEN INTERNATIONAL**

20/06/2019

JUIN / JUNE 2019



**FEATURES**

# European co-production at heart of France's Sunny Side of the Doc

BY MELANIE GOODFELLOW | 20 JUNE 2019



SOURCE: JEAN-FRANÇOIS AUGÉ STUDIO-OUEST.COM  
SUNNY SIDE OF THE DOC

Sunny Side of the Doc, one of Europe's oldest documentary and factual content-focused industry meetings, is set to celebrate its 30th edition in La Rochelle on the French Atlantic coast on June 24-27.

CEO Yves Jeanneau, who originally launched the event in the southern port city of Marseille alongside his late collaborator Olivier Masson in 1989, says there will be little dwelling on the past.

The only looking back will be in the European debut of *Woodstock: Three Days That Defined a Generation*, which

follows its world premiere at Tribeca. The screening of Barak Goodman and Jamila Ephron's PBS-backed work, timed to mark the 50th anniversary of the legendary music festival this year, will kick-off a special party event celebrating Sunny Side's 30th birthday.



"I would never have bet on such longevity 30 years ago," he says. "The road can often be tough but we've managed to stay on course and stick to our principles, while also adapting to the changes in the industry."

### New players

This adaptability is evident in the 30th edition programme and attendees this year.

Among the companies due to present their upcoming documentary and factual content slates this year will be Netflix for the first time, alongside long-time participants France Télévisions, Canal+ and Arte.

Diego Buñuel, director of original documentary at Netflix alongside Kate Townsend, the former head of the BBC's doc strand Storyville, will be in La Rochelle to head up the presentation. He was previously at Sunny Side in 2016 as the head of documentary at Canal+.

In another sign of the times, there will also be slate presentations by burgeoning Paris-based European content platform Mediawan and China.

The former has a growing non-fiction slate following its acquisition of Paris-based documentary company Clarke Costello & Co (CC&C) and the French content company AB Group, which also produces factual content, while China will be out in force in La Rochelle with its own dedicated pavilion for a third-year running.

### Programme highlights

Elsewhere in the programme, Germany is the Sunny Side country in focus this year, tied in with the larger theme of "Documentary Needs Europe".

Jeanneau comments the territory is often overlooked as a major producer and consumer of documentaries, even though it broadcasts some 450 non-fiction programmes a week across its 2,000 different channels and platforms.

"Germany may be on our doorstep, but we needed to get all the different players' names out there - from all the new broadcasters to regional investment funds and digital producers - and basically make people aware of this key country for European documentary, to promote European co-productions and collaborations as much as possible," he says.

More than a dozen companies will be based at a German pavilion which will also host a series of panel discussions around wider topics.

Netflix's Buñuel is due to participate in one of these discussions entitled "Documentaries between Cinema, Television and Platform" alongside Christiane Hinz, head of documentary and society at Cologne-based broadcasting group WDR and German producer Christian Beetz.

A further panel will explore working with Germany's state broadcasters on high-end factual series through a case study on Justin Webster's true crime series *Nisman, The Prosecutor, The President And The Spy*, produced by JW Productions, Fasten Films, Gebrueder beetz filmproduktion with Movistar+ and ZDFinfo, whose commissioning editor, Imke Meier will be in attendance.



There will also be an opportunity to meet with non-state bodies investing in documentary for the Germany market including National Geographic, Spiegel TV and Planet.



SOURCE: JEAN-FRANÇOIS AUGÉ STUDIO-OUEST.COM  
YVES JEANNEAU

### Science rules

Science is the overall theme of Sunny Side this year. The discipline will be explored from various angles through a series of talks, debates and presentations.

Producer Ellen Windemuth, founder of independent non-fiction content company Off The Fence, which was recently acquired by ZDF Enterprises, presides over the thematic science programme. It will kick it off with a keynote entitled 'Alliance Doc: International Co-production on the Spot' by Caroline Behar, head of

acquisitions and international coproductions at France Télévisions. The programme will explore new co-production mechanisms and opportunities through the examples of VR works, *Lady Sapiens* and *Pompeii Rising*.

The programme will also touch on how to combat fake news, the use of immersive story-telling to commemorate the upcoming 50th anniversary of the first moon landing, and documentaries that have impacted the media to bring about change.

It will also see the launch of the European Talent Hub For Science Media, a joint venture between Sunny Side and the European Academy Of Science Film (EURASF), aimed at fostering collaboration between the science community and the media world.

### PiXii festival and market continue to expand

In another example of Sunny Side's forward-looking approach, it has expanded its PiXii festival and market focused on new forms of story-telling through digital technologies spanning VR, AR, Artificial Intelligence, 3D imaging and mapping.

A selection of 15 immersive installations will compete for the \$5,500 (€5,000) Grand Prix PiXii. The contenders include *Claude Monet – The Water Lily Obsession*, taking the spectator into the artist's world-renowned garden in Giverny; *Time Travellers*, combining a popular Dutch racing video-game with the physical experience of being in a vehicle, and *Inside Tumucumaque*, in which the viewer discovers one of Brazil's most remote national parks through the birds-eye view of an eagle.

The jury comprises Annette Breyner of The Financing Forum for Kids, Sebastian Sorg of FFF Bayern, Scott Gillam of the Canadian Museum of Human Rights and Nina Diamond of The Metropolitan Museum of Art of New York.



The section also features the PIXii Kickstarter, three sessions offering feedback on one existing immersive project and also pitching an upcoming project. The first session will feature a feedback case study session on *Claude Monet - The Water Lily Obsession* as well as a pitch for Nicolas Rouilleault's *Mano Solo Or The Adventures Of Mazda*.

### Traditional series pitches remain at the heart of the event

Against this innovative backdrop, the pitching line-up for more traditional documentary series – spanning five subject areas of social and human interest, history, arts and culture, science and natural history and wildlife - is still one of the main draws for professionals.

A total of 36 projects from 18 different territories will be pitched to the 300 professional decision-makers.

Projects in the line-up include Ruth Berry's *Scat Man*, following Australian ecologist Scott Burnett as he investigates a series of endangered species using their excrement as a source of information; Balint Revesz and Angus MacInnes's *Touchwood*, exploring the changing reality of a hidden tribe in Borneo after illegal loggers arrive in their village, and French director Gregory Monro's *Kubrick By Kubrick*, a portrait of the filmmaker in his own words using archived interviews.

**CNC**

**20/06/2019**

CINÉMA

SÉRIES & TV

JEU VIDÉO

CRÉATION NUMÉRIQUE

## 5 documentaires révélés au Sunny Side of the Doc



20 JUIN 2019 - CINÉMA

Tags : documentaire



Inside Lehman Brothers © Intuitive Pictures KM ARTE G.E.I.E

Depuis 30 ans, ce marché international du documentaire met en lumière les grandes tendances du genre et les projets originaux. Focus sur cinq révélations de Sunny Side of the Doc, dont la 30<sup>e</sup> édition se tiendra du 24 au 27 juin à La Rochelle.



*Quel travail !* (2002)

*L'Âge de la stupidité* (2009)

*Agnus Dei* (2010)

*La Vida en Llamas* (2015)

*Inside Lehman Brothers* (2018)

### Quel travail ! (2002)

Cyril Mennegun (futur réalisateur de *Louise Wimmer*) s'intéresse aux jeunes orientés en lycée professionnel, un milieu qu'il connaît bien puisqu'il a lui-même été élève de l'enseignement professionnel. Il pose sa caméra dans la cité scolaire Jules-Ferry, installée aux portes des usines Peugeot dans le territoire de Belfort. Ici on parle BEP, CAP et Bac pro en comptabilité, maintenance ou secrétariat. Cyril Mennegun suit particulièrement quatre jeunes - Nora, Mathieu, Karim et Hilal - dans leurs parcours et recueille les confessions sur leur retard scolaire, leur avenir professionnel, et leur sentiment d'avoir dévié du chemin. Cette orientation vers le travail qui concerne un collégien sur trois est souvent vécue comme un échec. *Quel travail !* est ainsi l'occasion d'entendre la voix de travailleurs en devenir.



### L'Âge de la stupidité (2009)

Franny Armstrong est une cinéaste engagée sur l'avenir de la planète. Après une thèse intitulée « L'espèce humaine est-elle suicidaire ? », la jeune Britannique a consacré cinq ans de sa vie à financer et à tourner *L'Âge de la stupidité*. Un homme (interprété par l'acteur Pete Postlethwaite), un des derniers survivants d'un monde dévasté en 2055, regarde de vieilles images télé et s'interroge : « Pourquoi n'avons-nous pas empêché le changement climatique tant que nous le pouvions ? » Après que le film a remporté le prix Best Green doc au Festival Sunny Side of the Doc, son comédien interpelle le ministre du changement climatique et le prévient que s'il poursuivait le développement du plan charbon, il rendrait sa décoration de l'ordre de l'empire britannique. Le gouvernement inclina alors sa politique énergétique et lança un plan pour diminuer de 10% les émissions de CO2 l'année suivante.





*Quel travail !* (2002)

*L'Âge de la stupidité* (2009)

*Agnus Dei* (2010)

*La Vida en Llamas* (2015)

*Inside Lehman Brothers* (2018)

### Agnus Dei (2010)

Cette coproduction franco-mexicaine s'attache à lever le voile sur la pédophilie dans l'Eglise. Alejandra Sanchez s'interroge sur la complicité entre les religieux et les familles. La réalisatrice retrace le combat de Jesus, ex-enfant de chœur, violé pendant des années par un prêtre, pour faire éclater la vérité de son drame. Le jeune homme prend en main son destin et décide de retrouver la trace de son abuseur qui exerce toujours sa charge sacerdotale, quelque part dans une église de Mexico. Alejandra Sanchez questionne aussi la famille de Jesus, rongée par le remords, et de jeunes séminaristes qu'on sermonne sur la chasteté. Documentaire choc, *Agnus Dei* fait partie de ces récits qui, un peu partout dans le monde, ont permis de faire évoluer la position de l'Eglise sur les crimes commis en son sein.



### La Vida en Llamas (2015)

Andalousie, Sud de l'Espagne. Un été sous un soleil assommant. Le réalisateur Manuel H. Martín a suivi La Brica, une unité d'élite de douze hommes qui lutte contre les feux de forêt. C'est la première campagne pour certains, la dernière pour d'autres. Ils ont un point commun : ils donnent leur vie pour sauver la nature. *La vida en Llamas* nous place au cœur de l'action, de jour comme de nuit, au plus près de ces pompiers, de leurs doutes, de leur vie hors du feu. Les images sont impressionnantes et l'intensité dramatique est prenante. Le documentaire a remporté le Grand Prix du Jury de la 25e édition de Sunny Side of the Doc en 2014, attirant ainsi l'attention de nombreuses chaînes de télévision européennes.





### Inside Lehman Brothers (2018)

Le 15 septembre 2008, la vénérable banque d'investissement Lehman Brothers, fondée en 1850, est officiellement déclarée en faillite. C'est un cataclysme pour l'économie mondiale. Dans ce documentaire, Jennifer Deschamps remonte la piste de leur folle course au profit. La réalisatrice donne la parole aux employés de Lehman Brothers, ceux qui ont été forcés de « fourguer » des prêts hypothécaires, ceux qui ont tenté de dénoncer le système de l'intérieur. Elle met au jour la mise au pas des lanceurs d'alerte qui présentaient les conséquences dramatiques des emprunts à risques consentis à des millions d'Américains. Et surtout, elle questionne la responsabilité des dirigeants qui ont échappé à toute poursuite légale. *Inside Lehman Brothers*, coproduction franco-canadienne, a remporté le prix du meilleur projet « société et investigation » en 2018. Il a été diffusé sur Arte en septembre 2018 et sur Publico Senat en mars 2019.





## RELAIS CULTURE EUROPE

20/06/2019

### Relais Culture Europe

Actualités  
Le Relais : mode d'emploi  
Europe Créative  
Les autres programmes  
LabEurope  
Learning Lab  
Conversations



Avec le soutien d'Europe Créative MEDIA... Sunny Side of the Doc  
#Documentaire, soutien Europe Créative

À quelques jours du lancement du 30ème Sunny Side of the Doc<sup>®</sup>, Yves Jeanneau, Commissaire général des marchés Sunny Side, a répondu à nos questions. L'occasion d'en savoir plus sur l'histoire du marché, sur l'évolution du monde du documentaire ces 30 dernières années et sur les temps forts de l'édition 2019, mais aussi sur la dimension européenne de cette manifestation et sur l'importance du soutien que lui apporte MEDIA depuis plus de 20 ans.

**1. Sunny Side of the Doc fête ses 30 ans cette année. Comment ce marché est-il né ? Quelle est son histoire ?**

Il y a 30 ans, le Marché international du documentaire n'existait tout simplement pas ! Chaque pays produisait au sein de ses propres chaînes publiques. Et les producteurs indépendants commençaient tout juste à sortir de la clandestinité... Channel 4, Canal+ et la Sept (future ARTE) changent la donne en décidant de ne rien produire en interne et de faire appel à la créativité des indépendants. Les conditions objectives commencent à être réunies pour favoriser les coproductions internationales. La qualité des projets, leur originalité, le Super 16mm et l'arrivée du montage numérique vont permettre le saut qualitatif nécessaire. Sunny Side a anticipé, puis accompagné ce mouvement, en faisant le pari que la qualité des programmes et des projets serait à terme gagnant. Réunir tous celles et ceux qui, dans le monde, se battaient pour faire leurs films et les montrer y compris hors de leurs frontières, échanger sur les moyens techniques, les systèmes de financement et de distribution, confronter de nouvelles écritures, hybrides déjà, qui mélangeaient le doc et la fiction, ou l'animation, sans parler d'une utilisation plus seulement illustrative des archives... est devenu l'ADN de Sunny Side. 30 ans plus tard, les objectifs initiaux de professionnalisation et d'internationalisation restent les phares qui nous guident.

**2. Allemagne à l'honneur, focus sur la science, PIXii Festival... Pouvez-vous nous en dire plus sur les temps forts de cette 30ème édition ?**

Ces trois choix éditoriaux sont, effectivement, la traduction d'une volonté d'ancrer le documentaire dans l'actualité européenne d'une part, dans le combat contre l'obscurantisme d'autre part, et en gardant l'œil attentif vers les innovations et les nouvelles écritures numériques. Nous féliciterons ainsi différents secteurs, avec leurs "institutions propres", leurs festivals, leurs nouveaux talents, et nous attirons les *YouTubers- vulgarisateurs de Science ou d'Histoire*, les réalisateurs créatifs d'Europe de l'Est et des Balkans, les studios innovants... En clair, nous rejeunissons le monde du doc. Réussir à rassembler, à La Rochelle, tous les joueurs importants qui, en Allemagne sont éparpillés dans leurs Landers relevait du défi ; nous l'avons fait ! Tous les diffuseurs de doc, tous les producteurs, et les principaux Fonds Régionaux seront présents à La Rochelle, pour que, au-delà d'ARTE, des coproductions européennes puissent se développer avec l'Allemagne. Science & Nature sera bien entendu la thématique centrale, qui focalisera sur l'IMPACT de nos films sur les enjeux environnementaux. Enfin, *PIXii Festival* présentera 15 installations numériques internationales qui donneront une image de la diversité des techniques et des écritures et souligneront l'importance des musées et institutions culturelles dans cette nouvelle pratique de production et d'accès aux publics. 30 musées internationaux, du Prado au MET, du Musée Darwin au Chili à celui du Sénégal, rejoindront tous les musées français déjà habitués de PIXii.

**3. Quelle est la plus-value de la dimension européenne et internationale de Sunny Side of the Doc pour les professionnels du documentaire ?**

Venir à La Rochelle en juin, c'est la certitude de naviguer au milieu de plus de 2000 professionnels impliqués, venus d'une soixantaine de pays et de tous les continents habités. En quatre jours, c'est



une grande économie de CO2 (et de temps) que font les professionnels européens ! Les principales thématiques (Histoire, Science, Arts, Culture, Société, Histoire Naturelle...) sont représentées et organisées au sein de nos séances de pitch thématiques. Les innovations, les nouvelles tendances, les nouveaux partenaires potentiels sont également bien mis en valeur. De plus, la tendance repart à la hausse quant aux coproductions internationales ; d'une part sous la pression des plateformes exercée sur les chaînes qui doivent se rassembler pour financer les projets ambitieux qui, sinon, finiront tous chez ces mêmes plateformes. Mais également avec des joueurs asiatiques, par exemple, qui veulent rattraper leur "retard" et apprendre à coproduire et diffuser internationalement leurs histoires.

#### 4. Quelles sont les évolutions que vous envisagez pour les années à venir ?

Les développements numériques, d'une part, la dynamique créée par les plateformes -en place ou annoncées-, la multiplicité des écrans et des opportunités d'accéder à des contenus intelligents, d'autre part, vont créer un nouveau marché, encore plus globalisé. Et pour lequel il faudra avoir anticipé les besoins et proposé des récits adaptés à différents écrans. Une même histoire sera contée et déclinée par les *media-makers* que deviennent les producteurs en fonction des supports et des publics ciblés. L'audience de masse assise devant son poste de télévision est, déjà, en voie de pulvérisation. Rien d'inquiétant en soi, sinon que la concentration des pouvoirs dans les médias risque de limiter la créativité et la liberté d'expression ; le documentaire encore et toujours, devra résister. Autre question vitale : les rencontres physiques comme Sunny Side seront-elles encore nécessaires ou tout pourra-t-il se faire virtuellement ? Je parie sur la nécessaire rencontre, sur la construction de relations de confiance qui nécessitent quelque convivialité ! Le documentaire est un art de l'écoute, du regard, du respect mutuel... La proximité restera une nécessité.

#### 5. Que représente pour vous le soutien du programme Europe Créative MEDIA ?

Toute notre démarche est européenne ; nous avons pu, cette année, dégager une (petite) somme de 10.000 € pour créer des bourses d'aide à destination de talents issus des pays de l'Est et des Balkans pour les aider à venir à La Rochelle. Nous en sommes heureux. Sans le programme Europe Créative, Sunny Side of the Doc serait économiquement intenable, sauf à augmenter les tarifs d'accès et à fermer la porte aux jeunes et aux pays de faible capacité.

Notre initiative "allemande" illustre également l'esprit de cette démarche ; aucun pays, aujourd'hui, ne peut développer sa production documentaire seul. Tous doivent s'ouvrir à des collaborations et des coproductions. Ce qui n'est ni simple ni évident dans une conjoncture où les nationalismes s'affichent et se revendiquent. Mais l'économie est têtue... et les documentaristes aussi !



Pays : France  
Périodicité : Quotidien  
OJD : 280453



Date : 06 juin 2019  
Journaliste : Alain Babaud



Page 1/1

## La Rochelle Agglo

# Sunny Side of the Doc attire l'Allemagne

**ESPACE ENCAN** Le voisin européen est l'invité d'honneur du 30<sup>e</sup> marché international du documentaire et des expériences narratives

**Alain Babaud**  
a.babaud@sudouest.fr

La trentième édition de Sunny Side of the Doc, le marché international du documentaire et des expériences narratives, aura lieu du 24 au 27 juin à La Rochelle, sur le thème de la science. Une manifestation visant d'abord à « favoriser les coproductions et collaborations européennes », qui s'adresse principalement aux professionnels de l'audiovisuel mais comporte également un volet ouvert au grand public (lire ci-contre).

« Il y a trente ans, le marché du documentaire n'existait pas, relève Yves Jeanneau, le commissaire général, on a créé le marché avant le marché ! » L'intuition des cofondateurs que le film documentaire deviendrait un enjeu fort de la production audiovisuelle, nécessitant la mise en relation entre les différents acteurs de la filière et des sources de financement, était bonne.

#### Un pavillon dédié

Sunny Side continue donc, aujourd'hui, à se développer et à s'internationaliser bien au-delà du ca-



**Yves Jeanneau.** ARCHIVES XAVIER LÉOTY

dre européen. Les puissants Chinois seront donc très présents encore, de même que les Canadiens et... les Allemands. L'Allemagne, qui est « le second marché le plus important au monde » selon Simone Baumann, la directrice de German Films, est l'invitée d'honneur de cette trentième édition. Le pavillon allemand accueillera donc 12 sociétés de production et de nombreux exposants (Spiegel TV, Berlin Producers...) vien-

#### Rendez-vous grand public

Pixii, le festival des cultures digitales, aura lieu du 24 au 27 juin, au Musée maritime. Il s'agit de tester des innovations technologiques (payant). La médiathèque Michel-Crépeau accueillera, elle, la projection (gratuite) de documentaires chinois fournis par China Pavilion, le 25 juin. Il sera question de panda, culture, science... mais pas du soulèvement réprimé dans le sang de la place Tian'anmen dont c'est pourtant le 30<sup>e</sup> anniversaire.

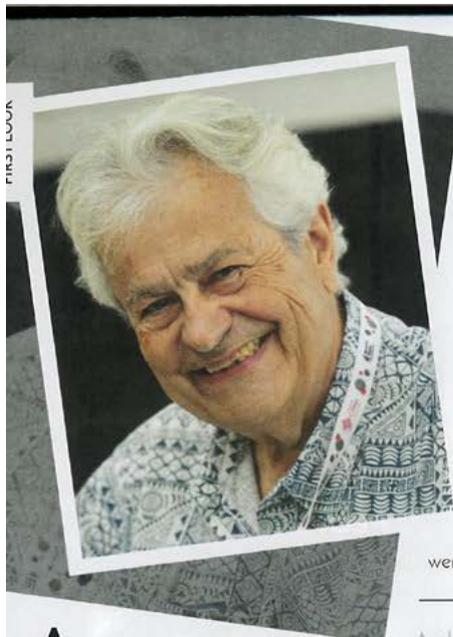
dront s'y agréger. Le fruit d'un « travail de deux ans », explique Yves Jeanneau. Les fonds publics sont tellement abondants outre-Rhin (20 millions d'euros en 2018), que l'écosystème allemand du documentaire vit très bien en autarcie.

La venue en force de l'Allemagne constitue donc une marque de reconnaissance pour Sunny Side. Elle ouvre également une porte sur des coproductions inédites, y compris avec les pays de l'Europe de l'Est.

**REALSCREEN**

15/05/2019

MAI / MAY 2019



THE CLOSE-UP:  
**YVES JEANNEAU**  
SUNNY SIDE OF THE DOC

What did the international documentary market look like 30 years ago? Thirty years is a long time. One must remember that documentaries had very little room on public channels. They were mostly produced in-house, rather boring and old-fashioned. The creation of Channel 4 or, in France, of Canal+, really marked a break because these channels were conceived without any in-house production arm, and were commissioning everything outside. I remember one of our first battles was to get broadcasters to reduce the length of rights to 10 years from perpetuity. Documentaries were not much traveling outside their home country then, beside maybe the Anglo-Saxon ones.

**As** founder and CEO of international documentary markets Sunny Side of the Doc and Asian Side of the Doc, Yves Jeanneau has seen the myriad evolutions that the genre and the global industry surrounding it have undergone over the last three decades. His prior experience as a producer includes co-founding French prodco Les Films d'Ici and serving as director of documentaries for Pathé Télévision, and on the network side, he headed France 2's documentary unit from 2001-2005. *Realscreen* caught up with Jeanneau as he was in the home stretch of preparations for the 30th anniversary edition of Sunny Side of the Doc, taking place in La Rochelle, France, from June 24-27.

And those were the circumstances in which Sunny Side of the Doc was born? At the time, we had recently set Les Films d'Ici together with Richard Copans; we were these fledging independent producers. I was also active as part of the La Bande à Lumières movement, a group of 70 or 80 activist documakers fighting for documentary to get recognition and access to subsidies from the funding body, the CNC. That's where I met in Lyon [Sunny Side co-founder and MD until 2001] Olivier Masson, and we decided to create La Biennale Européenne du Documentaire, which moved to Marseille and became Sunny Side of the Doc.

My obsession at the time was that if there was a genre suitable to travel abroad, besides animation, it had to be documentary. The first Marseilles years proved difficult ones; if not for our stubbornness we would not have continued. The move to La Rochelle was a good one, as it enabled us to build a more professional, and long-lasting space.

How has it all evolved, 30 years later? Documentary has come a hell of a long way. In France, there are now 2,000 documentaries produced per year, and the genre is a strong contributor to export figures, even though it is the 15% with larger ambitions that are traveling, and the remainder, still under-funded domestic shows.

In 30 years, documentary has gained wide recognition. The radical change is that documentary has learned to tell stories, as opposed to merely illustrating a commentary. There is a great diversity of narrative styles, of production models, of stories, and good projects can now come from anywhere. I was surprised by the big number of high quality projects we received this year for our history and science pitches, whereas in some years, we were struggling to find six good ones. So 30 years after, I can say that these utopian dreams I had have been completely overcome by reality.

How do you see the future for the genre, and accordingly, the evolution of Sunny Side?

I believe that in the current troubled times, demand for documentaries will grow, as in crisis, people look to understand what's going on. And where traditional broadcasters will remain risk averse, they'll be challenged by the SVOD platforms, which have no taboo subjects, and, being schedule-free, offer more creative freedom. They are representative of a new lifestyle in not watching TV at a set time anymore. Traditional broadcasters have to catch up [with] their technology, and producers need to learn [that] it's not anymore just about a film, but how to tell a specific story in a multitude of forms for various audience profiles – a media responding to another.

Regarding Sunny Side of the Doc, we always managed to be ahead of the changes, interesting ourselves in new territories and players, and in technology innovations, and we will continue this way. This year we will have a major German delegation, and Netflix will attend for the first time, along with Chinese platform Bilibili. Our Pixi digital exhibition space will this year welcome museums from Latin America, the Middle East and Asia, which are at the forefront of non-linear forms such as VR. **Marie-Agnès Bruneau**

## WORLD SCREEN

10/05/2019

### SUNNY SIDE OF THE DOC 2019 TO SHINE SPOTLIGHT ON GERMANY

Chelsea Regan 27 days ago Top Stories



Sunny Side of the Doc, an international marketplace for documentary and narrative experiences, has chosen Germany as this year's Country in Focus.

For its 30th anniversary, the market will welcome a delegation of producers, buyers and producers, with support from German Films, will be gathered together alongside more than 12 production companies, including Vidicom Media, a&o buero filmproduktion, fechnerMEDIA, NEW DOCS, Längengrad Filmproduktion, Karbe Film, COIN FILM, G-Film, Vision Airways and 4ED1.

Sunny Side of the Doc 2019, which is also showcasing the notion of "Documentary needs Europe," will take place June 24 to 27 in La Rochelle, France.

Simone Baumann, managing director of German Films, said: "Germany has one of the largest theatrical and TV markets in the world and it has a very strong tradition in producing and co-producing documentaries. Sunny Side of the Doc is one of the most important international co-production platforms—German producers have been coming here for years to present and to promote their own projects and also to join the projects of their foreign colleagues. German Films together with AG DOK celebrate the 30th edition of Sunny Side of the Doc and we are looking for interesting new projects and co-operations."

# PiXii festival



## PRESS REVIEW

### REVUE DE PRESSE

**Sunny**  
**30 Side**  
of the Doc

f @ t #PiXiiFestival  
[www.pixii-larochelle.fr](http://www.pixii-larochelle.fr)

**24-27 JUNE 2019**  
Musée Maritime de La Rochelle

## SONOVISION

18/07/2019



Date : 17/07/2019  
Heure : 20:29:55  
Journaliste : Nathalie Klimberg

www.sonovision.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 1/4

[Visualiser l'article](#)

### Sonovision - L'Institut Français accompagne les acteurs de la médiation numérique (WebTV Agnès Alfandari)

**Dans le secteur de la médiation et de l'ingénierie numérique culturelle, la France bénéficie d'une légitimité et d'une reconnaissance historique liée à son histoire muséale, patrimoniale et touristique. Rencontre au Sunny Side of the Doc en juin dernier, Agnès Alfandari, Directrice du département numérique de l'Institut français revient sur cette expertise française et l'accompagnement de la filière par l'Institut dans le cadre d'un programme Focus développé pour l'espace Pixii...**

« L'Institut français, c'est un établissement public qui dépend des Affaires Etrangères et du Ministère de la Culture et qui a la mission de promouvoir la culture française à l'étranger. Le département numérique s'occupe plus particulièrement d'accompagner les professionnels de la création numérique dans leur export à l'international, dans leur promotion et dans leur développement. Concrètement, notre mission est de faire en sorte que les créations françaises soient montrées à l'étranger, que les producteurs, artistes puissent se déplacer à l'étranger, que leurs œuvres soient sélectionnées dans des festivals ou les grands rendez-vous internationaux qui les concerne et d'une manière générale, d'ouvrir des marchés pour les nouvelles formes de création tout en favorisant des coproductions internationales.

La création numérique comprend les réalités immersives, réalité virtuelle qui est un des secteurs de création très actif et très talentueux en France comme en atteste le salon Pixii dont nous sommes partenaire. On parle aussi du jeu vidéo, indépendant, culturel qui peut être support à des questions de société très sérieuses. Quand on parle de jeu vidéo, on ne parle pas uniquement de Roller Coaster ou de poursuites par des dinosaures mais aussi de jeux dont les graphismes sont extrêmement sophistiqués ou les histoires et les narrations particulièrement qualitatives et intéressantes. Cela fait partie des créations que nous avons à cœur de promouvoir... »

**Pour en savoir plus sur les objectifs de l'Institut français et la médiation numérique... visionnez la vidéo !**

Et retrouvez quelques exemples d'offres de médiation numérique et leurs applications culturelles :

#### L'Atelier d'Antoine Bourdelle en VR par Art of Corner

Art Of Corner est un studio de développement de Serious Games et d'applications 3D interactives. L'offre s'adresse en premier lieu aux agences de communication digitale ainsi qu'aux collectivités locales et institutions dans les domaines de la promotion de l'Art, de la Culture, du Patrimoine ou du Tourisme. Art of Corner et Paris Musées ont remporté le prix du meilleur contenu VR au Salon Laval Virtual 2018 avec leur projet « Atelier d'Antoine Bourdelle en VR », une visite immersive, interactive et enrichie, de l'atelier du sculpteur.

## SONOVISION

www.sonovision.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Date : 17/07/2019  
Heure : 20:29:55  
Journaliste : Nathalie Klimberg

Page 2/4

[Visualiser l'article](#)

<http://www.artofcorner.fr/>

### Objets extraordinaires au Château des Ducs de Bretagne par Akken

Akken propose aux destinations touristiques et aux sites patrimoniaux des expériences sonores et immersives qui s'appuient sur le vécu des habitants et la technologie des objets connectés, pour révéler la part invisible des territoires. Akken a notamment réalisé un voyage sonore dans les collections du musée du Château des Ducs de Bretagne de Nantes, « Objets extraordinaires » est une invitation fictionnée à découvrir les objets autrement.

<http://www.akken.fr/>

### Claude Monet, l'Obsession des Nymphéas par Lucid Realities et le Musée de l'Orangerie

Le Musée de l'Orangerie s'est associé à la société de production Lucid Realities et à Arte, en partenariat avec HTC Vive Arts et La Mission du centenaire de la Première Guerre mondiale pour proposer l'expérience en réalité virtuelle Claude Monet – l'obsession des Nymphéas aux visiteurs du musée de l'Orangerie. À travers un dialogue entre le peintre et son grand ami, l'homme d'État Georges Clemenceau, l'expérience en réalité virtuelle emmène le spectateur du musée au jardin de Giverny à travers les saisons, nous fait découvrir son atelier, nous plonge au cœur même du travail de Monet, dans un tourbillon de couleurs. Une expérience immersive et sensorielle dans cette oeuvre unique.

<https://culturevr.fr/claude-monet-lobsession-des-nymphéas/>

### L'Atelier des Lumières par Culturespaces

Culturespaces est à l'initiative de nombreux projets culturels. La société a développé en son sein des équipes capables de créer ex nihilo et d'assurer la maîtrise d'ouvrage complète de nouveaux centres culturels et en particulier des centres d'art numériques comme les Carrières de Lumières aux Baux-de-Provence, qui avec leurs expositions numériques accueillent chaque année près de 600 000 visiteurs. L'Atelier des Lumières, ouvert à Paris en 2018 (plus d'1,2 million de visiteurs) propose des spectacles son et lumière en vidéo projection autour de grandes figures artistiques (Klimt, Van Gogh), se décline d'ores et déjà à l'international (Corée). Ces nouveaux centres culturels contribuent directement à la transmission de notre culture au public le plus large et au développement touristique et culturel des territoires.

<https://www.culturespaces.com/fr/home>

### L'Histopad par Historyery

## SONOVISION

www.sonovision.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Date : 17/07/2019  
Heure : 20:29:55  
Journaliste : Nathalie Klimberg

Page 3/4

[Visualiser l'article](#)

Histoverly produit des solutions de visites augmentée pour mettre en valeur musées et monuments. Depuis 2011, Histoverly développe une solution innovante de visite augmentée sur tablette, l'HistoPad, la société a travaillé, entre autres, avec la Conciergerie, le domaine de Chambord, et le Palais des Papes.

<https://histoverly.com/>

### Mont-Saint-Michel, Regards numériques sur la maquette par Holoforge Interactive et le Musée des Plans-Reliefs

Holoforge est l'une des références mondiales dans le domaine de la réalité mixte. La société s'est associée à Microsoft et Iconem pour permettre aux visiteurs du Musée des Plans-Reliefs de découvrir l'imposante maquette du Mont-Saint-Michel, augmentée d'hologrammes. Ainsi, plans de coupe, salles souterraines et immersions permettront de retracer l'évolution du Mont et d'en explorer les faces cachées.

<http://www.holoforge.io/fr>

### Ca s'est passé ici par Narrative

Narrative imagine des dispositifs de production et de diffusion innovants pour produire des projets documentaires d'auteurs pluridisciplinaires. Depuis 2015, la société de production explore le potentiel du son et en particulier du son binaural, pour valoriser le patrimoine et les musées. Narrative a notamment lancé l'ambitieux projet Ça s'est passé ici, des séries sonores dans la ville pour raconter l'Histoire là où elle a eu lieu.

<http://www.narrative.info/a-propos/>

### La réalité superposée par Sky-Boy

SkyBoy c'est une technologie exclusive, l'Overlap Reality ou réalité superposée, qui optimise les effets de la réalité augmentée, un outil original mis aux services des publics et des territoires. Pour le public : SkyBoy est un moyen de visiter autrement un site, de changer d'espace temps, de vivre une expérience immersive à 360° Pour le territoire : SkyBoy est une nouvelle source de mise en relief, un moyen d'interpeller le public. Skyboy a déjà mis ses technologies au service des Galeries Lafayette, de Paris 2024, et du Centre des monuments nationaux, de la région Normandie sur les sites du débarquements, du musée Clemenceau...

<http://www.sky-boy.com/>

### Les bornes de réalité virtuelle par Timescope

Timescope met à disposition des bornes de réalité virtuelle accessible à tous dans les lieux touristiques. Sur l'écran tactile, l'utilisateur choisit sa langue et lance le contenu de son choix en une seconde. Aujourd'hui,

## SONOVISION

www.sonovision.com  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Date : 17/07/2019  
Heure : 20:29:55  
Journaliste : Nathalie Klimberg

Page 4/4

[Visualiser l'article](#)

les bornes Timescope se situent dans Paris et dans de nombreuses villes françaises : Place de la Bastille, Le Havre, Aéroports de Paris... Pour valoriser le patrimoine architectural et culturel, mettre en lumière une destination, ou encore se plonger dans le futur d'un projet, découvrir à quoi ressemblera un quartier, une gare, ou un monument actuellement en construction.

<https://timescope.com/>

### Les contenus interactifs de l'exposition du Musée océanographique de Monaco par Réciproque

Réciproque a conçu et réalisé les contenus audiovisuels et interactifs de l'exposition "Requins" pour le Musée océanographique de Monaco.

La production multimédia de cette exposition vise à proposer toute une gamme d'interaction avec les animaux et leurs représentations, pour que les visiteurs puissent se constituer une véritable expérience personnelle et sensorielle, suscitant un basculement dans la perception des requins.

<http://www.reciproque.com/projet/requins>

### UMA - Universal Museum of Arts

UMA (Universal Museum of Art) est un musée virtuel, qui collabore avec des spécialistes et des institutions, pour proposer des expositions uniques. Ces expositions sont accessibles en ligne, partout, tout le temps, gratuitement. Uma propose également de visiter ses exposition en réalité virtuelle, et conçoit des contenus pédagogiques en lien avec les expositions.

<https://the-uma.org/fr/>

### Voyage au coeur de l'Évolution au Muséum national d'Histoire naturelle

Le Muséum national d'Histoire naturelle et la Fondation Orange s'associent pour proposer Voyage au coeur de l'Évolution, une expérience unique d'immersion en réalité virtuelle permettant au grand public de découvrir l'arbre du vivant, les espèces emblématiques qui le composent et d'interroger leurs relations de parenté. Cette expérience est également l'occasion de mettre en lumière l'origine de la vie sur terre ainsi que l'influence désormais déterminante de l'homme sur son environnement.

Une expérience à vivre dans le Cabinet de Réalité Virtuelle de la Grande Galerie de l'Évolution.

<https://www.mnhn.fr/fr/visitez/lieux/cabinet-realite-virtuelle>

## LE BLOG DOCUMENTAIRE

15/07/2019



leblogdocumentaire.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 4

Date : 15/07/2019  
Heure : 12:34:04  
Journaliste : Xavier de la Vega



Page 1/4

[Visualiser l'article](#)

### Au Sunny Side 2019 : le show Netflix, une Fiat Panda et des expériences immersives pour tous

*Le Sunny Side de La Rochelle est toujours l'occasion de faire un état des lieux de la création audiovisuelle, et parfois de constater un passage de témoin. On relèvera deux événements dans l'édition 2019 : la grand raout de Netflix et l'ouverture au grand public d'un festival d'installations numériques.*



Il y avait de sacrées nouveautés à La Rochelle cette année. Si, par exemple, Diego Buñuel n'est pas venu faire une présentation fracassante du *line-up* documentaire de Canal+, comme il l'a fait régulièrement suite à sa nomination à la tête des docs de la chaîne cryptée en 2014. Non, cette année Diego Buñuel est venu faire une présentation fracassante du *line-up* documentaire de... Netflix, chaîne qu'il a rejointe avec armes et bagages en 2018. Et l'évènement était tellement couru que les organisateurs ont dû lui demander de répéter l'exercice pour un deuxième amphi aussi garni que le premier. Netflix est le futur de la télé : si l'on continue à répéter inlassablement ce mantra, il va finir par devenir vrai.

Il est d'ailleurs piquant de constater que l'année où France Télévision a définitivement mis fin à l'aventure des « Nouvelles écritures » (son département consacré à l'expérimentation interactive sous toutes ses formes a été dissous dans le groupe), Netflix a fait sensation dans la communauté numérique française en mettant en ligne... une fiction interactive : *Bandersnatch*, épisode de la série *Black Mirror*, est sur toutes les lèvres depuis sa sortie fin 2018. Les expérimentations participatives de la chaîne américaine finiront-elles un jour elles aussi englouties dans le cimetière du web ? Possible. Mais il se pourrait aussi que Netflix, cette télé web-native, se prépare à réaliser quelques-uns des rêves les plus fous des créateurs numériques... Si l'on en croit les indices que l'on peut glaner ici où là, après avoir annoncé son intérêt pour le jeu vidéo, Netflix pourrait part exemple mettre en ligne des expériences de réalité virtuelle...



leblogdocumentaire.fr

Pays : France

Dynamisme : 4

Date : 15/07/2019

Heure : 12:34:04

Journaliste : Xavier de la Vega

Page 2/4

[Visualiser l'article](#)



Jean-François Augé / StudioOuest.com

Pendant que les télévisions hertziennes continuent de se demander comment elles vont survivre à l'avènement des *Millennials*, et plus tétanisant encore, à la génération d'après, les producteurs numériques, eux, ont commencé à aller voir ailleurs. Ils se reconvertisent à vitesse grand V en experts de l'installation (numérique) in situ. L'un des grands mérites du Sunny Side est d'avoir suivi cette évolution de très près, au point d'en devenir l'un des catalyseurs.

De fait, il y avait au moins une autre nouveauté au Sunny Side 2019 : les organisateurs ont choisi de créer, au sein de PiXii, la section numérique du marché, un événement ouvert au grand public. Le PiXii festival accueillait cette année une sélection d'installations numériques (voir notre entretien avec Christophe Salomon) s'appuyant pour l'essentiel, sur des dispositifs immersifs. A croire que les organisateurs avaient à cœur de battre en brèche un conclusion un peu hâtive : la réalité virtuelle serait une technologie réservée à des happy few ayant les moyens financiers et un esprit suffisamment « geek » pour s'équiper de masques VR bien trop coûteux pour attirer une audience plus large. Or, lorsque les narrations immersives investissent les arcades, les musées, les théâtres, voire les rues de la ville ou la place du village, le public est au rendez-vous.

Alors que pouvait-on expérimenter au PiXii festival ? Sur le plan des genres abordés, le visiteur pouvait d'abord se plonger dans l'Histoire avec un grand H, avec un focus sur les deux guerres mondiales (11 11 18, Les films de la récré ; Apocalypse : 10 destins VR, ECPAD ; Les murs parlent, Picseyes), mais aussi le grand siècle (Parcours sonores immersifs du château de Vaux le Vicomte, narrative), ou encore la Conciergerie sous l'ancien régime (Histopad Conciergerie).

Deuxième volet thématique : le monde du vivant. Imaginez que vous voyez le monde à travers les yeux d'un crocodile. La ligne de flottaison est juste devant vous. Baissez la tête, et voilà que vous plongez sous la surface, à admirer la flore d'un fleuve tropical. Tumucumaque (Media foundation, Film tank et Artificial Rome) propose ainsi plusieurs immersion dans le monde des grenouilles venimeuses, des tarentules ou des chauve-souris. Et c'est réussi.



Date : 15/07/2019  
Heure : 12:34:04  
Journaliste : Xavier de la Vega

leblogdocumentaire.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 4



Page 3/4

[Visualiser l'article](#)



Jean-François Augé / StudioOuest.com

Troisième volet enfin : les arts et la culture. La série ARTE Trips sur la peinture en VR, de la chaîne franco-allemande pionnière à bien des égards des narrations immersives et de leur mode de diffusion, ne pouvait manquer à l'appel. Et c'est d'ailleurs Claude Monet, l'obsession des Nymphéas (Lucid Realities) qui a remporté le prix du PiXii festival. Dans les travées de l'événement, cette expérience voisinait l'igloo qui abritait -22°7 (ZORBA), l'un des trois opus VR que Jan Koonen a donnés à voir cette année ; soit un voyage initiatique aux sources de la création musicale, inspirée des expérimentations que le musicien électronique Molécule a réalisé dans le grand Nord.

Video : <http://leblogdocumentaire.fr/sunny-side-2019-show-netflix-fiat-panda-de-limmersion/>

Du côté des dispositifs, les grands axes des narrations immersives étaient représentés, avec un léger avantage pour les masques de réalité virtuelle. Côté réalité augmentée, les dispositifs étaient remarquablement variés, de la « simple » application pour tablette (Histopad) jusqu'à des attractions spectaculaires comme Time travelers, une expérience conçue pour une Fiat Panda rouge et un écran de rétrogaming (l'utilisateur grimpe dans la Panda, regarde la route sur l'écran et vit toutes secousses en live). Les organisateurs ont voulu inclure aussi des dispositifs plus expérimentaux, qui pourraient proposer une alternative aux écrans (P.R.I.S.M., Anima Lux) ou inventent une relation sensuelle et tactile aux données (Tamed Cloud, Spatial media group).

Au total, Pixii proposait un éventail stimulant, parfois captivant, d'installations numériques. Reste cependant une interrogation. Si le marché de la production numérique s'oriente de plus en plus vers les partenariats avec les musées, à quelle condition ce nouveau marché peut-il être un creuset de création de véritables œuvres d'art numérique ? De ce point de vue, l'édition 2019 de PiXii, mêlant indifféremment dispositifs de médiation culturelle, supports pédagogiques et propositions artistiques fortes, montrait tout le chemin restant à parcourir pour que la création numérique deviennent une industrie à part entière.

Xavier de la Vega\*

**LE BLOG DOCUMENTAIRE**

04/07/2019

JUILLET / JULY 2019

Le blog documentaire

Films Webconférences Analyses Entretiens Festivals Primeurs Edition

Recherche...

SUR LE FIL 2 MOIS AGO [EXCLUSIVITE] Regardez « L'année du robot », un film fascinant et émouvant signé Yves Gellie 2 MOIS AGO « Les Yeux Ouverts

Home » Dossier Sunny Side

# Pixii 2019 : « Des installations numériques avec les codes et les valeurs du documentaire »

By Xavier de la Vega on 4 juillet 2019 in Dossier Sunny Side, Festivals, Non classé

Tweet Share G+ Share

Et si le *Sunny Side of the Doc* devenait l'une des plaques tournante de la production numérique et des créations immersives ? Christophe Salomon, chargé de développement Francophonie et Numérique de Pixii, la section numérique du Sunny Side, nous parle des installations numériques sélectionnées cette année. A ses yeux, la production numérique, des podcasts à la réalité virtuelle et augmentée, entre dans une phase de maturité, grâce notamment à l'arrivée en force d'un nouvel acteur : les musées.



**le Blog documentaire :** Vous avez lancé cette année un appel à projets d'installations interactives, une première pour PIXII qui a maintenant trois ans d'existence. Qu'est ce qui vous a amené à cette initiative ?

**Christophe Salomon :** Depuis 3 ans, à PIXII [Parcours Interactif d'Expériences Immersives et Innovantes, NdA], nous avons voulu créer les conditions d'une rencontre entre le monde de production audiovisuelle et numérique d'un côté, et les lieux de culture (musées, centres culturels, zoo, etc.) de l'autre. Nous avons compris que ces acteurs avaient du mal à se parler, à collaborer pour faire naître des projets. Lors de la première édition de PIXII, nous avons invité des musées de la région ; l'année suivante, des musées nationaux. Cette année, ce sont plus de trente musées internationaux qui ont fait le déplacement, comme le MET de New York ou la Galerie K11 de Hong Kong.

Quelle ligne éditoriale avez-vous suivie à l'heure de sélectionner les projets ?

Il existe déjà plusieurs festivals de réalité augmentée et virtuelle, souvent axés sur la technologie. Ce qui nous intéresse de notre côté, ce sont avant tout les histoires que l'on peut raconter et les thèmes que l'on peut aborder grâce à ces technologies. Nous sommes un marché du documentaire, nous voulions des installations numériques qui reprennent les codes et les valeurs du documentaire. Elles devaient apprendre quelque chose, s'appuyer sur des histoires vraies, des histoires fortes. On retrouve dans notre programmation toutes les grandes familles du documentaire : l'histoire, les arts et la culture, les sciences, l'écologie, la vie animale.

Mais nous voulions aussi ouvrir aussi notre sélection à de nouveaux acteurs. Nous connaissons évidemment certains producteurs de longue date, mais nous avons voulu inviter des producteurs émergents. Nous voulions enfin que PIXII représente la grande diversité du digital ; pas seulement de la VR ou de l'AR, mais aussi des applications, des jeux, des parcours sonores, etc.

EDITION / PRIMEURS / ABONNEZ-VOUS !



« Les nouveaux territoires de la création documentaire » : Visite du studio VR Felix & Paul

6 décembre 2018 0 commentaires

[EN VENTE !] « Les nouveaux territoires de la création documentaire » - Sommaire détaillé

[PREVENTE - LIVRE] « Au-delà du webdoc : Les nouveaux territoires de la création documentaire »

« L'Inde fantôme » : Pourquoi cette série documentaire est fondamentale dans l'œuvre de Louis Malle

Lectures estivales (4) : Pierre Mathiotte prône l'enseignement du documentaire à l'école

Mes Tweets

Le Blog documentaire  
12 547 personnes l'aime

J'aime cette Page Partager

Le Blog documentaire  
Il y a environ un mois

Un trentième Sunny Side avec quelques surprises à La Rochelle... Compte-rendu signé Xavier De La Vega.



Mais nous voulions aussi ouvrir aussi notre sélection à de nouveaux acteurs. Nous connaissons évidemment certains producteurs de longue date, mais nous avons voulu inviter des producteurs émergents. Nous voulions enfin que PiXii représente la grande diversité du digital ; pas seulement de la VR ou de l'AR, mais aussi des applications, des jeux, des parcours sonores, etc.

© Sunny Side

### Le Sunny Side entend-il ainsi jouer un rôle dans la consolidation de ce marché ?

Oui. La production numérique, particulièrement dans le domaine des expériences immersives, a jusqu'ici constitué un embryon de marché, que les producteurs complétaient souvent par de la prestation de service en direction de marques ou d'institutions. Nous faisons le pari qu'un véritable marché est en train de se structurer. Qui plus est, et cela nous intéresse au premier chef, ce marché se développe à nos yeux selon des logiques qui nous sont familières : celles de la production cinématographique classique.

Si on parle de réalité virtuelle, chacun sait qu'elle ne s'adresse pas aujourd'hui au consommateur dans son salon. Nous voyons émerger une exploitation de type cinéma, et non une exploitation de type télévision. Nous assistons au développement de salles spécifiques pouvant accueillir des installations de réalité virtuelle ou des projections de vidéos immersives. On songe à des centres dédiés comme [Centre Phi](#) de Montréal. Mais au-delà, tous les grands musées, que ce soit le Louvre ou le MET, sont en train d'ouvrir des espaces de ce type. La logique d'exploitation qui émerge est : « Je me rends dans un lieu pour vivre une expérience ».

Comme un film, ces expériences peuvent voyager. Et elles peuvent être co-crées, co-produites et co-distribuées : le fameux CoCoCo qui prévaut dans la production audiovisuelle. Bref, le modèle industriel de l'audiovisuel est en train de s'imposer au secteur de la production immersive. De fait, les plans de financement sont très divers : des chaînes, des musées (voir les [ARTE Trips](#), la série d'ARTE sur la peinture, à la confluence d'une chaîne de télévision, de musées comme celui d'Orsay, avec le CNC, des régions, etc.). On retrouve là le « modèle d'affaire » du documentaire audiovisuel, comme disent les québécois.

### Comment voyez-vous le rôle des musées dans ce modèle émergent ?

La première année, les musées sont venus à PiXii pour voir. La deuxième année, ils sont venus pour co-produire. De gros projets commencent à voir le jour, parmi lesquels je citerai *Opération Pompéi*, résultat d'un partenariat entre le Grand Palais, Gédéon et France Télévisions ; soit un dispositif pluri-média : du 52 minutes, une expo VR immersive muséale et des podcasts. Le marché est en train de se structurer.

Propos recueillis par Xavier de la Vega

### Grand prix PiXii 2019 : Claude Monet, l'obsession des nymphéas

Produit par : Lucid Realities, France

Réalisé par: Nicolas THÉPOT



Date : 28/06/2019

Heure : 18:06:56



www.cnc.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

## « Claude Monet, l'obsession des nymphéas » primé au Sunny Side of the Doc



« Claude Monet, l'obsession des nymphéas » de Nicolas Thepot DR

L'expérience VR réalisée par Nicolas Thepot a reçu le Grand Prix PiXii lors de la 30<sup>ème</sup> édition du Sunny Side of the doc.

La 30<sup>e</sup> édition de Sunny Side of the Doc, marché international du documentaire et des expériences narratives, s'est déroulée du 24 au 27 juin 2019 à La Rochelle. À l'issue de trois jours de rencontres et de débats reflétant le dynamisme du marché du documentaire, sept prix ont récompensé des œuvres et des pitches variés.

Le Grand Prix PiXii a ainsi été remis à *Claude Monet l'obsession des nymphéas*. Réalisé par Nicolas Thepot et coproduit par Arte France, Camera Lucida productions et l'Établissement public du Musée d'Orsay et Musée de l'Orangerie, cette expérience VR est le premier opus de la collection ARTE TRIPS, une série immersive qui met en valeur les chefs-d'œuvre de la peinture mondiale et permet de découvrir certaines grandes toiles de l'intérieur.

*Claude Monet, l'obsession des Nymphéas* explore le temps et l'espace autour du cycle des Nymphéas. Du jardin d'eau de Giverny à l'atelier du peintre, cette œuvre propose un parcours contemplatif, intime et documenté du travail de Monet, et plonge le spectateur dans un tourbillon de couleurs et de sensations.

Le jury du Sunny Side of the Doc a été particulièrement sensible à « *l'approche sensuelle et expérimentale du travail de Monet sur les Nymphéas. Au-delà du travail du peintre, c'est aussi sa méthode qui éclaire. La*

Date : 28/06/2019  
Heure : 18:06:56



www.cnc.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

*présentation innovante permet aux utilisateurs de s'immerger dans les différentes strates de peinture. Une incitation au rêve avec les propres mots de Monet. »*

L'expérience est disponible gratuitement dans les stores Viveport et Steam.

## Communiqué de presse

PARIS, LE 28 MAI 2019

**FOCUS MEDIATION NUMERIQUE ET INNOVATION  
CULTURELLE : L'INSTITUT FRANÇAIS INVITE QUINZE  
PROFESSIONNELS INTERNATIONAUX A DECOUVRIR LES  
ACTEURS FRANÇAIS DE LA MEDIATION NUMERIQUE**

**Dans le cadre de leur mission d'accompagnement de la création et de l'innovation culturelle, l'Institut français et le réseau culturel français à l'étranger invitent une délégation de quinze professionnels internationaux à découvrir les acteurs français de la médiation numérique et de l'innovation culturelle, du 24 au 28 juin 2019, entre Paris et La Rochelle. Ce programme vise à mettre en avant la création et le savoir-faire français dans ce domaine, à ouvrir de nouveaux marchés aux acteurs français et à développer les collaborations internationales.**

La France bénéficie, dans le secteur de la médiation et de l'ingénierie numérique culturelle, d'une légitimité et d'une reconnaissance liée à son histoire muséale, patrimoniale et touristique. Guidage augmenté, réalité augmentée, vidéo-projection, dispositifs interactifs en musées ou en ligne, documentaires interactifs en réalité virtuelle..., constituent une riche palette d'offres au service de la valorisation et de la diffusion culturelle. De nombreuses sociétés françaises du secteur sont sollicitées à l'étranger et les institutions publiques françaises font elles aussi l'objet de demandes très fréquentes.

En invitant une quinzaine de professionnels étrangers à rencontrer les acteurs français du secteur de la médiation numérique, ce nouveau Focus est l'occasion d'accompagner le développement international des entreprises françaises du secteur en leur ouvrant de nouveaux marchés et en favorisant les co-productions internationales, de valoriser l'expertise des institutions culturelles françaises, et enfin de favoriser les collaborations entre

### Contacts presse

**Jean-François Cuéganno**  
Directeur du Département  
de la Communication  
et du Mécénat  
T +33 (0)1 53 69 83 06

**Néguine Mohsseni**  
Attachée de presse  
T +33 (0)1 53 69 83 86

8-14 rue du Capitaine Scott  
F-75015 Paris  
T +33 (0)1 53 69 83 00  
[www.institutfrancais.com](http://www.institutfrancais.com)



entreprises, institutions françaises et institutions culturelles étrangères.

Ce programme s'articule autour d'un événement dédié aux nouveaux usages du numérique et de la diffusion des contenus culturels : PiXii, le festival international des narrations et cultures digitales, qui se tiendra à La Rochelle du 24 au 27 juin. Le parcours de repérage sera constitué à la fois de démonstrations, de visites, et de moments d'échange entre professionnels français et étrangers, organisés en collaboration PXN Expo et le CLIC - Club Innovation & Culture France. La délégation sera également invitée à découvrir à Paris des dispositifs de médiation numérique *in situ*, au sein de musées et de centres culturels parisiens.

Les participants invités sont des responsables de musées, de centres culturels ou scientifiques, des commissaires d'exposition, des scénographes, des personnes en charge des missions de médiation ou des missions de développement des publics, ou encore des décideurs publics et privés impliqués dans des projets de développement touristiques et culturels.

Parmi eux :

**INDE :**

**Archana Saad Akhtar**, directrice de la programmation, en charge du développement des publics, au sein de l'Aga Khan Trust for Culture

**CANADA :**

**Cheryl Blackman**, directrice des musées de la Ville de Toronto

**ESPAGNE :**

**Javier Sainz de los Terreros**, directeur de la communication digitale au sein du Musée du Prado

**HONG KONG :**

**Lilian Lai Lai Chan**, senior manager au sein de la K11 Arts foundation

**HONGRIE :**

**Ruttkay Zsófia**, fondatrice et directrice du Techlab de l'Université d'Art et de design Moholy-Nagy à Budapest



**TAIWAN :**

**Alina Chia-Hui Lin**, chef administratrice du C-Lab – Laboratoire de culture contemporaine

**SUÈDE :**

**Daniel Golling**, conservateur des collections au sein du Musée suédois de l'Architecture et du Design

**COLOMBIE :**

**María Paula Martínez Concha**, directrice des Communications au sein du Ministère de la Culture colombien

En partenariat avec :



## SUD OUEST

26/06/2019



www.sudouest.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0

Date : 26/06/2019  
Heure : 16:54:29  
Journaliste : Frédéric Zabalza



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

### Pixii à La Rochelle : plongée dans la réalité virtuelle



Une expérience de « réalité virtuelle ou augmentée »

Xavier Léoty

L'exposition Pixii, en parallèle à Sunny Side of the Doc, propose de nouvelles expériences en plusieurs dimensions.

Les tranchées de la Grande Guerre comme si vous y étiez. Ou presque. Fort heureusement. La plongée au cœur du premier conflit mondial proposée par les Films de la Récré, le producteur de « 11.11.18 », est si réaliste qu'elle est « déconseillée aux moins de 12 ans ». Les images de la même période d'« Apocalypse », tirée de la série documentaire de France Télévisions, sont tout aussi effroyables, mais là encore le but recherché est celui d'une meilleure compréhension du sujet, grâce à des effets qui permettent aujourd'hui de l'embrasser en différentes dimensions.

C'est ainsi que la plupart des œuvres « immersives » qui jalonnent cette année l'exposition Pixii servent de supports pédagogiques. « Nous avons toute une programmation issue de musées à travers le monde. La réalité virtuelle ou augmentée ajoute une expérience à la visite classique », explique Stéphane Malagnac, programmateur de Pixii, en parallèle à Sunny Side of the Doc, marché international du film documentaire dont découle l'espace Pixii, lieu d'exposition des œuvres virtuelles.

Dans la peau de Pesquet

Le lieu, trois fois plus grand que l'an dernier, a pris lui-même une nouvelle dimension, replacé dans les anciens studios de cinéma. Au fil de la visite, on peut partir à la découverte du corps humain ou entrer dans la peau du spationaute Thomas Pesquet, toucher du doigt l'immense collection du Musée d'art moderne de New York,



www.sudouest.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 0



Date : 26/06/2019  
Heure : 16:54:29  
Journaliste : Frédéric Zabalza

Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

côtoyer les géants disparus de l'époque des dinosaures aussi bien que Louis XIV ou Molière au cours d'une enquête sur « l'affaire Fouquet » au château de Vaux-le-Vicomte, une œuvre présentée au public depuis le 6 mai. Pixii propose aussi une balade gratuite « dans les plus belles villes d'Europe » sur le quai de la Georgette.

**SONOVISION**

11/06/2019

JUIN / JUNE 2019

INTERNATIONAL MARKET / MARCHÉ INTERNATIONAL

**SONOVISION**

COMMUNICATION & INTÉGRATION AUDIOVISUELLE



RECHERCHER

---

ACCUEIL
PRODUITS
UNIVERS
TECHNIQUE
CONTENU
SERVICES
COMMUNAUTÉ
MADE IN FRANCE

Accueil // Communauté // Sunny Side of the Doc : la médiation culturelle au coeur du PiXii 2019





## Sunny Side of the Doc : la médiation culturelle au coeur du PiXii 2019

COMMUNAUTÉ // mardi, 11 juin 2019 // Rédigé par [Nathalie Klimberg](#)



Après deux années couronnées de succès, PiXii - Parcours Interactif d'Expériences Immersives & Innovantes - grandit et renforce son écosystème d'exposition, rencontres et réflexion dédié aux **nouvelles expériences narratives en lien avec les acteurs de la médiation culturelle...** Pour cette édition 2019, **PiXii nous promet en effet un espace marché et un espace Festival de 900 m2 au coeur du Musée Maritime, du 24 au 27 juin, en totale synergie avec le marché Sunny Side of the Doc...** Un espace d'inspiration sans précédent pour les institutions culturelles !

Inscription à la newsletter

**Abonnez-vous**  
au magazine papier Sonovision et commandez votre guide des salles de conférences

## SONOVISION



DÉCOUVREZ LE MAGAZINE  
**SONOVISION #13**



Retrouver tous les magazines



Dans le cadre de la 30<sup>e</sup> édition de Sunny Side of the Doc, qui se déroule à La Rochelle du 24 au 27 juin 2019, le programme spécial PIXii ouvrira de nouvelles perspectives pour la médiation numérique, connectant les producteurs de contenus, les acteurs culturels et les entreprises de technologies innovantes.

### Un appel à projets, 15 installations innovantes

L'appel à projets du PIXii Festival a permis de sélectionner 15 installations immersives qui seront présentées dans un tout nouvel espace de 900 m<sup>2</sup> ouvert aux professionnels accrédités durant les quatre jours du marché ; le grand public, quant à lui, sera convié l'après-midi à cette immersion grandeur nature.

En qualité de membre du jury du PIXii Festival, Nina Diamond, responsable éditoriale et productrice exécutive – Département numérique pour The Metropolitan Museum of Art, explique : « Depuis les tout premiers conteurs – peintres des cavernes, ou Homère – ce que nous appelons « immersion » a toujours été un objectif. Nous nourrissons tous le même appétit intemporel, à savoir transformer l'audience en participants, les pousser à ressentir nouveau, à penser nouveau, à changer. »

Le lauréat du festival des cultures digitales se verra décerner le Grand Prix PIXii doté de 5 000 €.

### PIXii Kickstarter : études de cas et pitch au menu

Conçues pour offrir des retours d'expériences de productions de dispositifs immersifs (son, vidéo, VR), les sessions accélératrices (PIXii Kickstarter) sponsorisées par KissKissBankBank, ont vocation à mettre en relation porteurs de technologies, producteurs de contenus et structures de médiation culturelle (musées, sites patrimoniaux, organismes de tourisme, aquariums, etc.). A la fin de chaque séance, un projet d'œuvre immersive sera pitché devant les professionnels du secteur.

Arts & Culture sera le thème du mardi 25 juin, avec l'étude de cas de l'expérience VR « Claude Monet – L'obsession des Nymphéas », de Nicolas Thépot en présence de Chloé Jarry, productrice (Lucid Realities) et Saskia Bakhuys, responsable des productions audiovisuelles (Musée d'Orsay). Nicolas Rouilleault, réalisateur/producteur (Novelab) pitchera son projet « Mano Solo ou les aventures de Mazda ».

Avec Histoire & Patrimoine, le 26 juin, ce sera au tour de Valérie Senghor, directrice générale adjointe, en charge de l'innovation, du développement et des grands projets du Centre des Monuments Nationaux d'évoquer « L'incubateur du patrimoine », suivi par le pitch d'Olivier Quibel (Serious Frames) pour le projet « Musée virtuel ».

Enfin, sous l'étiquette Science & Education, Max Salomon (Black Dot) échangera sur l'exploitation d'un cinéma 360° de 250 places au musée National Geographic de Washington. Pascal Goblot, (Escalenta) parlera ensuite du projet « Data du futur », un spectacle immersif créé en exploitant des données de prospectives.

#### Expériences narratives : storytelling et plates-formes au cœur du doc'

Deux conférences permettront de mieux appréhender les enjeux des nouvelles narrations pour un documentaire augmenté, immersif et multi-média. Le 24 juin (17h – Agora), « Narrations innovantes : quelles formes pour les plates-formes ? » proposera un regard croisé sur ces nouvelles productions conçues pour une audience connectée en présence de Deborah Papiernik (Ubisoft), Yves Ubelmann (Iconem), François Fripiat (Demute), Agnès Chauveau (INA) et Caroline Baldeyrou (ARTE).

Le 25 juin à 12h, Netflix présentera un aperçu des projets documentaires que la plate-forme cherche à mettre en œuvre ainsi que leur vision pour des collaborations internationales.

Le même jour, à 16h (Auditorium du Musée Maritime), pendant 90', six grandes plates-formes de médias numériques francophones présenteront leurs lignes éditoriales, leurs stratégies de coproduction et d'acquisition, ainsi que des informations précieuses sur le type de programmes qu'elles recherchent. Participant : Gilles Freissinier pour Le Vortex (ARTE), Marie Mora Chevais pour Zeste de Science (CNRS - sponsor de ce pitch inversé), Antonio Grigolin pour Slash (France Télévisions), Nadine Dufour pour Savoir média, et Serge Gremion pour Tatakí (RTS).

#### Médiation numérique et innovation culturelle : programme spécial

Dans le cadre de sa mission d'accompagnement de la création et de l'innovation culturelle, l'Institut français et le réseau culturel français à l'étranger invitent une quinzaine de professionnels internationaux (responsables de musées, scénographes, décideurs publics et privés, etc.) à rencontrer les acteurs français de la médiation numérique, du 24 au 28 juin 2019, entre Paris et La Rochelle.

La délégation sera accueillie du 25 au 27 juin pour découvrir les espaces PIXii et les porteurs de projets. Le parcours de repérage sera constitué à la fois de démonstrations, de visites, et de moments de speed-meetings entre professionnels français et étrangers.

Le 26, à 14h30, une table ronde intitulée « Co-création, co-production et co-distribution dans les musées » invitera Scott Gillam (le Musée canadien pour les droits de la personne), Daniel Khamdanov (Arte France), Annick Jacobovitz (France Télévisions), Nathalie Bourdon (Office national du film du Canada) et Björn Jensen (Reef Dist) à échanger autour des nouvelles voies de coopération en vue de créer des contenus documentaires à haute valeur ajoutée pour les musées.

Enfin, le 27 juin à 14h, un Focus intitulé « Projets numériques innovants dans le patrimoine : une nouvelle façon de développer le tourisme sur votre territoire » est organisé au Musée Maritime en association avec la Communauté d'Agglomération de La Rochelle et Charentes Tourisme. Techniques, modèles économiques, narrations : le numérique perturbe les habitudes. Plusieurs studios et sociétés viendront présenter leurs projets numériques au service du patrimoine et montrer comment en faire des leviers de valorisation d'un territoire.

#### Europe's Got Talent : Sunny Side soutient la nouvelle génération

En 2019, Sunny Side of the Doc a octroyé neuf bourses à de nouveaux producteurs issus d'Europe Centrale et de l'Est visant à leur offrir un accès au marché international du documentaire, à établir de nouvelles relations commerciales et créatives et à développer leur diversité de projets.

Font partie des boursiers du Europe's Got Talent 2019 :

- Mariia Ponomarova - Burlaka Films (Ukraine)
- Vladislav Ketokovich - Ethnofund (Russie)
- Magdalena Petrović - Lewa Productions (Croatie)
- Kata Oláh - Makabor Studio (Hongrie)
- Biljana Tutorov - Wake Up Films (Serbie)
- Petar Glomazić - CUT-UP (Monténégro)
- Ágnes Horváth-Szabo - Elf Pictures (Hongrie / en sélection pour le pitch Société & Investigation pour le projet « Touch Wood »)
- Karol Jalochowski - 13Dimension (Pologne)
- Radim Procházka - PRODUKCE RADIM PROCHÁZKA (République Tchèque).

## WORLD SCREEN

06/06/2019

### PIXII EXPANDS AT SUNNY SIDE OF THE DOC 2019

Chelsea Regan June 6, 2019 Top Stories

For Sunny Side of the Doc's 30th edition, the PiXii (Paths of Interaction, Experiences in Immersion & Innovation) program is returning with new digital mediation possibilities to bring content producers, cultural actors and innovative technology companies together.

Fifteen innovative and immersive installations were selected to be presented in the brand-new 900-square-meter space for the PiXii Festival. The winner of the festival competition will be awarded the PiXii Grand Prix worth €5,000 (\$5,646). The PiXii Kickstarter, which will feature case studies and pitch sessions, is designed to offer feedback for immersive device projects (audio, video, VR), with the aim of connecting tech project managers, content producers and cultural institutions. Among the case studies will be Nicolas Thépot's "Claude Monet—The Water Lily Obsession" VR experience, while Olivier Quibel (Serious Frames) will pitch his "Virtual Museum" project.

The program will also feature two conferences that will provide a better understanding of the challenges surrounding new narratives for augmented, immersive and multi-media documentary. Further, the Institut Français and the French cultural network abroad are inviting 15 different international industry professionals to discover French digital mediation and cultural innovation actors over the course of the festival.

ADVERTISEMENT



More info on A+E Networks' *Celebrity Car Wars*.

Nina Diamond, managing editor and producer in the digital department at The Metropolitan Museum of Art in New York and PiXii Festival jury member, said: "Since the earliest storytellers—cave painters and Homer, what we call 'immersion' has always been a goal. We all have the same timeless desire to transform the audience into participants, to make them feel and think something new, and change."

PiXii Expands at Sunny Side of the Doc 2019 - TVREAL

Sunny Side of the Doc will take place June 24 to 27 in La Rochelle, France.



**VRROOM**

05/06/2019

**VR To Star In La Rochelle At PiXii's 3rd Edition**



June 5, 2019

Source  
Sunny Side Of The Doc

After two successful years, PiXii continues to get bigger! Dedicated to new narrative experiences for cultural institutions, the 2019 edition features both a market and festival space measuring 900 square metres right in the heart of the Musée Maritime in the charming city of La Rochelle, taking place 24th to 27th June alongside the Sunny Side of the Doc market.

As part of the 30th edition of Sunny Side of the Doc, which takes place on 24th to 27th June 2019 in La Rochelle, the special PiXii (Paths of Interaction, Experiences in Immersion & Innovation) programme offers new digital mediation possibilities, bringing together content producers, cultural actors and innovation technology companies.

**Call for proposals**



15 innovative installations chosen 15 immersive installations were selected following a call for proposals for the PiXii Festival. They will be presented in the brand new 900 square metre-space which is open to accredited industry professionals during the four-day market.

The general public will also get a chance to explore and try out these immersive projects during the afternoons. PiXii Festival jury member, Nina Diamond (Managing Editor and Producer in the Digital Department at the The Metropolitan Museum of Art in New York) explains: "Since the earliest storytellers – cave painters and Homer, what we call 'immersion' has always been a goal. We all have the same timeless

JUIN / JUNE 2019



desire to transform the audience into participants, to make them feel and think something new, and change."

The winner of the festival will be awarded with the PIXii Grand Prix worth €5,000. Discover the full line-up and jury members at: <https://www.sunnysideofthedoc.com/selection-pixii-festival-2019/>

### **PiXii Kickstarter: case studies and pitch sessions on the agenda**

Designed to offer feedback, or rather project post-mortems, for immersive device projects (audio, video, VR), the aim of the PiXii Kickstarter sessions (sponsored by KissKissBankBank) is to connect tech project managers, content producers and cultural institutions (museums, heritage sites, tourism organisations, aquariums, etc.).

At the end of each session, an immersive digital project will be pitched to industry professionals.

On Tuesday 25th June, Arts & Culture will be the theme, with Nicolas Thépot's VR experience "Claude Monet – The Water Lily Obsession" as the case study, alongside Chloé Jarry, producer (Lucid Realities) and Saskia Bakhuis, head of audiovisual production (Musée d'Orsay). Director-producer Nicolas Rouilleault (Novelab) will pitch his project "Mano Solo or the adventures of Mazda".

History & Heritage is the theme for Wednesday 26th June, with Valérie Senghor, deputy managing director in charge of innovation, development and major projects (Centre des Monuments Nationaux) presenting "The Heritage Incubator", followed by a pitch from Olivier Quibel (Serious Frames) for the project "Virtual Museum".

And finally, under the theme Science and Education, Max Salomon (Black Dot) will reveal all about the 250-seater 360° cinema he ran at the National Geographic museum in Washington. Meanwhile, Pascal Goblot (Escalenta) will talk about "Data of the Future", an immersive show created using prospective data.

### **Narrative experiences: storytelling and platforms at the heart of documentary**

Two conferences will be held to provide a better understanding of the challenges surrounding new narratives for augmented, immersive and multi-media documentary. On 24th June (5pm, Agora), "Innovative Storytelling Forms and Platforms" will take an in-depth look into new productions designed for a connected audience, with Déborah Papiernik (Ubisoft), Yves Ubelmann (Iconem), François Fripiat (Demute), Agnès Chauveau (INA) and Caroline Baldeyrou (ARTE).

On 25th June at 12pm, Netflix give participants an insight into the documentary projects that the platform is looking to make, as well as presenting their vision for international collaborations. The same day at 4pm (Musée Maritime Auditorium), six major French-speaking digital media platforms will present during a 90-minute slot

their agendas and co-production and acquisition strategies, as well as precious information on the types of programmes they are looking for.

Participants include: Gilles Freissinier from Le Vortex (ARTE), Marie Mora Chevais from Zeste de Science (CNRS, also sponsor of this reverse pitch), Antonio Grigolin from Slash (France Télévisions), Nadine Dufour from Savoir media (Quebec), and Serge Gremion from Tataki (RTS). Digital mediation and cultural innovation: special programme.

### **Digital mediation and cultural innovation: special programme**

As part of its mission to provide support for original productions and cultural innovation, the Institut français and the French cultural network abroad are inviting 15 different international industry professionals to discover French digital mediation and cultural innovation actors, from 24th to 28th June 2019, between La Rochelle and Paris.

The delegation will be invited to discover both PiXii and the various project leaders on 25th to 27th June. Their visit will include demonstrations and pre-arranged speed-meetings with both French and foreign industry professionals.

On 26th June at 2.30pm, a round table titled "Co-creation, co-production and co-distribution for museums" will be held, featuring Scott Gillam (Canadian Museum for Human Rights), Daniel Khamdanov (Arte France), Annick Jacobovitz (France Télévisions), Nathalie Bourdon (National Film Board of Canada) and Björn Jensen (Reef Dist).

They will discuss new cooperation opportunities with the aim of creating high-added value factual content for museums. On 27th June at 2pm, a Focus session titled "Innovative digital heritage projects: a new way of developing tourism in your area" is taking place at the Musée Maritime, in association with Communauté d'Agglomération de La Rochelle and Charentes Tourisme.

Techniques, economic models, narratives: digital is disrupting our habits. Several studios and companies will come share and present their digital heritage projects and explain how they can be used to promote and add value to an area. Europe's Got Talent: Sunny Side supports the new generation of content creators In 2019, Sunny Side of the Doc awarded nine grants to new producers from Central and Eastern Europe, helping to give them access to the international documentary market, create new commercial and creative relationships and develop their various projects.

### **Europe's Got Talent: Sunny Side supports the new generation of content creators**

Europe's Got Talent 2019 grant recipients include:

- Mariia Ponomarova - Burlaka Films (Ukraine)



- Vladislav Ketokovich - Ethnofund (Russia)
- Magdalena Petrović - Lewa Productions (Croatia)
- Kata Oláh - Makabor Studio (Hungary)
- Biljana Tutorov - Wake Up Films (Serbia)
- Petar Glomazić - CUT-UP (Montenegro)
- Ágnes Horváth-Szabo - Elf Pictures (Hungary / selected for the Social & Human Interest Pitch for the project "Touch Wood")
- Karol Jalochowski - 13Dimension (Poland)
- Radim Procházka - PRODUKCE RADIM PROCHÁZKA (Czech Republic)

Ticket office at La Rochelle's Musée Maritime entrance from 1.30pm to 5.30pm.  
Tickets are valid on the day of purchase only.

## THE ART NEWSPAPER DAILY

29/05/2019

THE ART NEWSPAPER DAILY

Pays : FR  
Périodicité : Quotidien

Date : 29 mai 2019



Page 1/1

MAI / MAY 2019

### L'INSTITUT FRANÇAIS DÉFEND LA MÉDIATION NUMÉRIQUE



Expérience de réalité virtuelle au festival PIXii.  
Courtesy PIXii

L'Institut français l'avait annoncé : le numérique allait être l'un de ses fers de lance. Pour défendre la médiation numérique à la française, l'établissement invite quinze spécialistes internationaux autour d'un focus sur le sujet, dans le cadre de PIXii, festival international des narrations et cultures digitales, qui se tiendra à La Rochelle du 24 au 28 juin. Consacré aux nouveaux usages du numérique, cet événement propose des expériences liées à la réalité virtuelle, la réalité augmentée, ou encore la projection en 3D. Des visites adaptées et des échanges entre professionnels français et étrangers seront proposés à la délégation, qui comptera entre autres Cheryl Blackman (directrice des musées de la Ville de Toronto), Javier Sainz de los Terreros (directeur de la communication digitale au sein du Musée du Prado), María Paula Martínez Concha (directrice des Communications du ministère de la Culture colombien) ou encore Lillian Lai Lai Chan (*senior manager* au sein de la K11 Arts Foundation à Hongkong). La visite se poursuivra à Paris, pour découvrir des dispositifs numériques au sein de musées et de centres culturels. A.I.T.

[www.institutfrancais.com](http://www.institutfrancais.com)

## LE BLOG DOCUMENTAIRE

04/02/2019



leblogdocumentaire.fr  
Pays : France  
Dynamisme : 4

Date : 02/04/2019  
Heure : 08:48:52  
Journaliste : Xavier de la Vega



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

### "PiXii Hors les murs" : Viens au musée, chéri(e), il y aura de la réalité virtuelle !

*Les musées sont de longue date friands en contenus audiovisuels innovants. Au point de devenir un mode de diffusion prisé par les créateurs numériques. Dans une récente session « hors les murs », le Sunny Side of the Doc a réuni des producteurs et plusieurs de leurs commanditaires pour faire le point sur une collaboration parfois épineuse... Compte-rendu signé Xavier de la Vega.*



Le *Sunny Side of the Doc* a décidément du flair. Dès 2017, avec la création de PiXii, la section dédiée aux expériences numériques, le marché ouvrait ses portes à un nouveau type de diffuseurs d'œuvres numériques : les musées. Depuis, l'évolution du marché de la réalité virtuelle a accentué les potentialités **d'une convergence entre les producteurs interactifs et les commissaires d'exposition**. Les œuvres immersives, actuellement fer de lance de la création numérique, sont de plus en plus des installations destinées à être expérimentées dans des lieux muséaux. C'est donc avec à propos que le 20 mars dernier, à la BNF, « PiXii Hors les murs » consacrait une table ronde aux enjeux posés par ce mode de diffusion émergent. (à réécouter en intégralité ici).

Il est vrai que les créateurs numériques collaborent de longue date avec les musées. On songe ainsi aux contenus interactifs intégrés aux expositions. Plus récemment, la série *Art trips* d'ARTE est emblématique d'une convergence poussée entre le monde de la production numérique et celui des commissaires d'exposition. Comme d'autres œuvres de cette série de réalité virtuelle, l'opus *Claude Monet L'obsession de Nymphéas* a donné lieu à une co-production entre Lucid Realities, ARTE, le musée d'Orsay et celui de l'Orangerie, où a été montrée l'expérience pendant 5 mois.

Pour autant, collaborer avec un musée pour un auteur ou un producteur interactif n'est pas toujours évident. Peut-on, pour commencer, toujours parler d' « œuvres » ? Quelle est la place des auteurs dans la création



leblogdocumentaire.fr

Pays : France

Dynamisme : 4

Date : 02/04/2019

Heure : 08:48:52

Journaliste : Xavier de la Vega

Page 2/2

[Visualiser l'article](#)

de contenus commandités, ou co-financés par des musées ? Comment, lorsqu'on est producteur, proposer une œuvre à des musées qui ne peuvent, généralement pas, commander quoique ce soit sans passer par un appel d'offres ? Comment financer un contenu commandité par un musée, alors que le CNC soutient des œuvres d'auteurs ?

Lors de cette session de « Pixii Hors les murs », les échanges ont souligné le hiatus existant entre les règles qui prévalent dans chacun des deux mondes : le métiers des producteurs est de produire des œuvres destinées à circuler largement, alors que les musées attendent généralement des supports de médiation sur lesquels ils possèdent une propriété exclusive. Pourtant le désir est fort, de part et d'autres, de voir les choses évoluer. D'autant que, averti Dominic Desjardins, **si les musées ne s'ouvrent pas aux créateurs numériques, ceux-ci s'inviteront sans demander l'autorisation.** C'est ainsi qu'un œuvre « pirate » de réalité augmentée a récemment « hacké » la salle dédiée à Jackson Pollock au MoMA. Et le producteur canadien d'esquisser une voie possible pour accélérer la rencontre des deux mondes : les musées peuvent considérer les créations numériques comme des œuvres à part entière et en devenir co-producteurs.

Les producteurs numériques ont en tout cas décidé de prendre le taureau par les cornes. Laurence Bagot (narrative) est venue annoncer le lancement prochain de « PXN Expo », un réseau de producteurs axé sur la diffusion *in situ* de leurs œuvres. Pixii a aussi pris les devants en lançant un appel à projet pour des installations numériques (attention, date limite : 7 avril !) : les heureux élus seront exposés à La Rochelle cet été.

## SONOVISION

14/03/2019

### SONOVISION

COMMUNICATION & INTÉGRATION AUDIOVISUELLE

ACCUEIL PRODUITS UNIVERS TECHNIQUE CONTENU SERVICES

Accueil // Communauté // A vos agendas pour la 1ère rencontre PiXii Hors les Murs !



## A vos agendas pour la 1ère rencontre PiXii Hors les Murs !

COMMUNAUTÉ // jeudi, 14 mars 2019 // Rédigé par Sébastien Lefebvre



PiXii, le Festival des Narrations et Cultures Digitales du Sunny Side of the Doc, organise une journée professionnelle à la croisée des cultures digitales mercredi 20 mars, de 14h à 20h à la Bibliothèque nationale de France (sur invitation). Sunny Side of the Doc - marché international du documentaire et des expériences narratives - qui réunit au mois de Juin plus de 2 000 professionnels du monde entier : producteurs, diffuseurs (chaînes TV, plates-formes SVOD, webTV...), distributeurs, financeurs et institutionnels affirme ainsi sa volonté de favoriser les rencontres et la réflexion autour des formats les plus divers...

Sunny Side of the Doc s'engage auprès des acteurs culturels dans un rôle de facilitateur s en s'appuyant sur son expertise de l'industrie documentaire et en favorisant la synergie entre tous les professionnels à l'œuvre dans la création, la production, le financement et la diffusion des Narrations et Cultures Digitales.

## PROGRAMME

**14h : Accueil par Pascale Issartel, directrice du département de l'Audiovissuel de la BnF**

**14h30-16h40 : 3 Ateliers pratiques pour co-crée, co-produire, co-diffuser une œuvre de médiation numérique** (30 minutes d'expertise et 10 minutes de questions/réponses par atelier) Echanges d'expertise et de bonnes pratiques entre musées, producteurs nouveaux médias et studios de création immersive et/ou interactive pour développer les opportunités de co-création, coproduction et co-diffusion des œuvres numériques installatives.

**14h30-15h10 / Co-crée :**

La création d'une œuvre numérique au sein d'un musée demande généralement plusieurs profils de compétence qui doivent travailler en synergie au cours d'un processus d'itération créative, technique et de phases de tests *in situ*. Elle oblige le porteur de projet à faire travailler de concert des producteurs de contenus, des scénographes, des développeurs informatiques parfois, sans oublier des conservateurs, scientifiques ou historiens qui sont garants de la crédibilité d'une exposition.

Tour d'horizon et échanges sur les difficultés et méthodes pour faire travailler ensemble ces corps de métiers.

Moderateur : Alexandre Michelin, associé / stratégie du développement numérique, Sunny Side of the Doc.

Retours d'expériences avec :  
Dominic Desjardins, réalisateur, producteur interactif et scénariste, Zazie Films  
TBC

**15h15- 15h55 / Co-produire :**

La production d'une œuvre numérique immersive et/ou interactive destinée à un musée, lieu de patrimoine ou centre d'interprétation relève d'un processus de financement suivant en majorité des commandes publiques aux règles bien codifiées. Toutefois, ce ne sont pas les seuls processus de production engagés aujourd'hui. Les projets sont souvent pluri-média et plusieurs processus de production, du documentaire filmé, aux extraits pédagogiques intégrés à une installation de méditation en passant par le jeu ludo-éducatif se mêlent au sein d'un même projet. Ces producteurs nécessitent des financements, des gestions de droits et des calendriers de production différents qui se côtoient et doivent rester cohérents sur le plan de la qualité éditoriale et de l'expérience du public.

Enjeux et savoir-faire engagés.

Modérateur : Christophe Salomon, chargé de développement numérique et francophone, Sunny Side of the Doc

Retours d'expériences avec :  
Pauline Augrain, chef de service de la création numérique, CNC  
Laurence Bagot, productrice, narrative et coordinatrice du collège PXN Expo

#### 16h00-16h40 / Co-diffuser :

Avec la multiplication de nouvelles expériences et installations de médiation numérique au sein des lieux de culture, se pose la question de leur distribution, itinérance, mutualisation, monétisation avec celle de la logistique à gérer pour déplacer ces dispositifs innovants.

Etude des potentiels de circulation et partenaires privilégiés.

Modérateur : Josée Brossard, coordinatrice générale, Sunny Side of the Doc

Retours d'expériences avec :  
Chloé Jarry, distributrice, Lucid Realities  
Marc Lopato, responsable du développement, Diversion Cinema  
Nicolas Lopez, chargé de relations avec les éditeurs multimédias, BnF

#### 16h40 - 17h00 / Synthèse de la journée et présentation du programme de Sunny Side of the Doc et PiXii 2019

Intervenants :  
Alexandre Michelin, Alexandre Michelin, associé / stratégie du développement numérique, Sunny Side of the Doc  
Aurélie Reman, directrice de la communication, Sunny Side of the Doc

#### 17h00 - 18h00 : Visite groupée et guidée des installations immersives présentes à la BnF

#### 18h00 - 20h00 : Cocktail à l'EP7 (en face de la BnF)

Un moment informel d'échanges et de réseautage pour faire naître de nouvelles collaborations et construire la communauté « PiXii ».

*Le Sunny Side of the Doc propose pour la première fois aux porteurs d'installations et expériences de médiation un appel à candidatures pour intégrer la sélection officielle du PiXii Festival. Cet appel se clôt 29 mars 2019.*

# Sunny Side of the Doc



*The international Marketplace  
for Documentary and Narrative Experiences*



# VIDEO

**COVERAGE**



**Sunny  
30 Side  
of the Doc**

**24-27 JUNE 2019**  
*La Rochelle - France*  
[www.sunnysideofthedoc.com](http://www.sunnysideofthedoc.com)



## TV7 BORDEAUX

### Première Séance

<http://www.tv7.com/premiere-seance>



## 3 Questions sur PiXii Festival

<https://www.facebook.com/PiXiiLaRoche/vidéos/2334242223333598/>



## FRANCE 3

**Duplex dans le JT 12/13 de France 3 Poitou-Charentes du 26/06/2019**

<https://france3-regions.francetvinfo.fr/nouvelle-aquitaine/emissions/jt-1213-poitou-charentes>



## MEDIAKWEST

**Sunny Side of the Doc 2019 : une édition éminemment européenne  
(WebTV Yves Jeanneau)**

<http://www.mediakwest.com/web-tv/item/sunny-side-of-the-doc-2019-europe-web-tv-yves-jeanneau.html>



## **Audio Network, la musique de Sunny Side**

<http://www.mediakwest.com/communaute/item/la-musique-du-sunny-side.html>



## **Arte, producteur visionnaire de la VR ! (WebTV Gilles Freissinier)**

<http://www.mediakwest.com/production/item/arte-producteur-visionnaire-de-la-vr-web-tv-gilles-freissinier.html>



## **SONOVISION**

### **Grand Prix PiXii : les Nymphéas et au-delà ! (WebTV Chloé Jarry)**

<https://www.sonovision.com/communaut%C3%A9/item/grand-prix-pixii-nympheas-chloe-jarry.html>



### **L'Institut Français accompagne les acteurs de la médiation numérique (WebTV Agnès Alfandari)**

<http://www.sonovision.com/univers/item/mediation-numerique-webtv-agnes-alfandari.html>



## FILM MAGAZINE (Iran)

<https://www.aparat.com/v/2Mn9t>



## CCTV-9

Report on CCTV-9 about a new coproduction agreement between Troisième Œil & China Aviation Pictures/CICC (France-China) - 26/06/2019

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLEmrB2GVLOw2-WLksT-RFe4cBvOcf6kSh>



## SUNNY SIDE OF THE DOC 2019

Sunny Side of the Doc turns 30 with...

Playlist: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLemrB2GVLOW2-WLksTRFe4cBvO-cF6kSh>

