

SOMMAIRE

EDITO	P. 1
L'ACTUALITE : Asian Side of the Doc	P. 2
DOSSIER	P. 3
Asie, le nouvel eldorado	P. 3
Les trois règles d'or de la coproduction	P. 4
Documentaire : les thématiques sollicitées et... refusées	P. 6
Des histoires de coproduction...	P. 6
Interview de Sayumi Horie, responsable des coproductions internationales à la NHK	P. 7
Focus : FONDATION CNEX nous voulons produire 100 documentaires sur la Chine	P. 8
LES NEWS SSD	P. 10
LES NEWS INTERNATIONALES	P. 11

EDITORIAL

Le LSD (Latin Side of the Doc¹) vient de s'achever à Buenos Aires ; 300 professionnels d'Amérique Latine et d'Europe ont échangé et parfois partagé leurs projets. Succès suffisamment patent pour inscrire ce nouveau Rendez-Vous de Coproduction dans le temps et la pérennité : nous préparons d'ores et déjà le second LSD/DBA qui aura lieu l'an prochain, toujours à Buenos Aires.



Le succès du « format » expérimenté depuis 7 ans tient, sans doute, à son adaptabilité aux réalités des différents continents.

Nous le vérifierons de nouveau à Hong Kong où se tiendra l'ASD - Asian Side of the Doc - premier Rendez-Vous de Coproduction Europe / Asie, du 22 au 24 mars 2010, dans le cadre du FILMART, Hong Kong International Film & TV Market.

Nous connaissons bien la « diversité » européenne, mais nous découvrons à peine les différences entre les grands et petits pays asiatiques. ASD sera l'occasion d'entendre ces différences, de comprendre les mutations accélérées à l'œuvre, de tirer enseignement des coproductions déjà réalisées par les pionniers des deux continents.

Les modèles -économiques, culturels, de présentation des projets- ne sont pas les mêmes, et cela génère gêne et incompréhension. Les projets concrets que nous échangerons seront là pour dépasser idées reçues et préjugés.

A quelques semaines de l'ouverture de l'Exposition Universelle à Shanghai, ASD veut contribuer à l'ouverture des passerelles entre nos paysages audiovisuels numériques. Du cinéma aux projets Transmédia en passant par les télévisions et les écrans nomades, nous serons curieux et ouverts aux talents, aux pratiques originales, aux modes de diffusion que nous allons, pour la plupart découvrir là-bas. Nos amis asiatiques n'attendent pas que nous venions les aider ou les éclairer de nos « certitudes »... Nous venons chez eux pour apprendre et comprendre. La confiance ne se décrète pas mais se construit patiemment ; elle peut aussi s'évanouir instantanément... C'est pourquoi ce premier ASD à Hong Kong sera développé en 2011, en 2012... à Séoul, à Singapour... en attendant de se poser en Inde, au Vietnam ou en Chine continentale à l'avenir. Car nous nous inscrivons, là encore, dans le temps et la pérennité. Les résultats concrets ne seront constatables que sur cette échelle extensible.

Le soutien du Programme Media International de l'Union Européenne à ce projet marque l'importance de ces enjeux.

¹ LSD est co-organisé avec Doc Buenos Aires et le soutien de Ventana Sur, de l'INCAA, du CNC et d'Arte

Il était aussi nécessaire d'organiser l'ASD avec un partenaire implanté à Hong-Kong : c'est avec Pierre-Yves Lochon et sa société *Sinapses Asia* (<http://www.sinapsesconseils.fr>) que nous coproduirons l'événement.

Comme à l'accoutumée, mais avec peut-être plus d'exigence encore, nous sélectionnerons les projets à l'aune de leur potentiel pour les publics respectifs des deux continents.

Nous serons attentifs à la diversité de ces projets, à leur mode de production et de diffusion. De la qualité de cette sélection dépend le succès d'ASD car, d'ores et déjà, nous sommes certains de réunir à Hong Kong les principaux décideurs asiatiques et européens. Si l'alchimie opère bien, ils trouveront les perles et les novations qu'ils recherchent. ASD sera alors utile et installé.

Le dossier de cette News Letter vous conduit en terres d'Asie, pour vous fournir quelques pistes, exemples et initiatives déjà repérées. Ce n'est que le début d'un feuilleton que j'espère fort long...

Dernier indice quant au menu de l'ASD : nous parlerons sérieusement de 3D et de relief pour faire un premier état des lieux et des recherches entre nos deux continents.

Nous reprendrons cette thématique lors du 21^{ème} Sunny Side of the Doc, du 22 au 25 juin 2010 à La Rochelle, où nous vous attendrons toutes et tous.

Yves Jeanneau

L'ACTUALITE



ASD – Asian Side of the Doc - 22 > 24 Mars 2010 - Hong Kong

Attention, la deadline pour envoyer vos projets pour Asian Side of the Doc est le 15 janvier !

Vous avez un projet de documentaire, cliquez ici

Vous souhaitez vous inscrire, cliquez ici

Après New-York, Toronto, Washington, Montréal, Londres, Sofia et Buenos Aires, le prochain Rendez-vous de coproduction Sunny Side aura lieu à Hong Kong dans le cadre du FILMART, Hong Kong International Film & TV Market.

Les producteurs européens et asiatiques porteurs de projets susceptibles d'être coproduits, pourront y côtoyer pendant 3 jours et pour la première fois, une cinquantaine de diffuseurs et Décideurs des deux continents.

Les projets sélectionnés seront pitchés et des rendez-vous individuels (Side by Side) seront organisés... Des études de cas, conférences (en particulier sur la 3D) et panels vous permettront de comprendre les diverses possibilités et opportunités de cofinancement avec l'Asie.

Organisé par Sunny Side of the Doc et Sinapses Asia Ltd, avec le soutien de MEDIA International (Union européenne) et HKTDC (Hong Kong Trade Development Council), en partenariat avec ARTE, le CNC (Centre National de la Cinématographie) et VODEO.

FILMART (Marché international du film et de la télévision de Hong Kong) ouvrira ses portes du 22 au 25 mars 2010 au Hong Kong Convention and Exhibition Centre.



FILMART fait de Hong Kong le centre régional en Asie-Pacifique pour la distribution et la promotion de films, de programmes télévisuels et de produits de divertissement.

Ce rendez-vous se tiendra pendant l'Entertainment Expo Hong Kong, qui réunit les secteurs du film, de la télévision, du divertissement numérique, de la musique et d'autres secteurs de l'industrie globale du divertissement.

Pour plus d'informations : www.hkfilmart.com

DOSSIER

ASIE, LE NOUVEL ELDORADO

On croyait la zone impénétrable, les différences culturelles insurmontables. Aujourd'hui, l'Asie est le continent le plus courtisé par le reste du monde. Les producteurs européens et américains s'y pressent car il est riche de talents, d'histoires, et d'une technologie de pointe. Tout est possible, à condition de faire preuve de patience, de flexibilité et d'une grande humilité !

L'Asie n'est plus, pour les occidentaux, un continent inabordable et impénétrable. Les barrières culturelles franchies, l'occident et l'Asie ont compris depuis quelques années, et notamment depuis les prémices de la crise économique mondiale, quels intérêts ils avaient à travailler ensemble. L'occident y puise de nouveaux talents, des points de vue différents sur le monde, de nouvelles sources de financement, et des technologies de pointe. L'Asie, de son côté, est à la recherche de contenus pour nourrir une télévision en très forte croissance. Ainsi, selon la dernière étude réalisée par la convention du câble et du satellite en Asie, qui s'est déroulée début novembre à Hong-Kong, la zone Asie-Pacifique compte désormais 326 millions de foyers abonnés à la TV payante par câble, satellite et IPTV, soit une croissance de 26 millions en un an. Environ 26 chaînes payantes sont nées dans la région en moins d'un an. La croissance est telle que la demande en programmes est démultipliée. En quelques années, nombre de grands groupes américains, à l'image de Discovery ou National Geographic ont ouvert des bureaux à Singapour et Hong Kong notamment. Et le Japon n'est plus le seul pays d'Asie à ouvrir ses portes à l'occident. « De plus en plus de gens sont connectés avec l'Europe ou l'Amérique dans leurs relations de travail ou dans leurs relations personnelles » note Frédéric Lepage (FL Concepts & Co), producteur français qui travaille régulièrement avec la Chine, le Japon, la Corée et Singapour. « L'Asie est aujourd'hui très courtisée, elle est devenue un référent culturel fort qui s'est substitué au rêve américain ».

Longtemps, dans les pays les plus industrialisés comme le Japon, la Corée ou la Chine, la production était intégrée. Cette organisation ralentissait de fait les coproductions avec l'international. Le Japon, avec son navire amiral la NHK, a été le premier à s'ouvrir sur le marché, notamment avec l'Europe et l'Amérique. La Corée, depuis lors, a pris des contacts avec l'Occident. Et la Chine, désormais, se propose d'être un partenaire incontournable pour toute société occidentale désirent tourner sur son territoire. « La Chine n'est pas encore un grand acteur, mais elle va le devenir », prédit Frédéric Lepage, d'autant que le pays, comme beaucoup d'autres, a besoin d'argent pour produire des programmes. La télévision d'Etat, la CCTV, même coincée entre la censure et les quotas, nombreux, même limitée par un chiffre d'affaires qui ne dépasse pas le milliard d'euros, lorgne désormais vers les coproductions internationales. Mais elle n'est pas la seule. Le groupe de chaînes de Shanghai Media Group, Hunan TV ou encore Shandong TV s'ouvrent aux coproductions avec l'occident. Des producteurs privés naissent également, qui se veulent des intermédiaires intéressants pour l'Europe car ils vont chercher des sponsors pour financer les programmes. Installée à Hong-Kong depuis une dizaine d'années, mais avec des succursales et un centre de production à Shenzhen, Beijing, Taipei, Londres et Los Angeles, Phoenix TV est, de son côté, et avec ses cinq chaînes en mandarin, la télévision commerciale la plus diffusée en Chine par câble et satellite. « Phoenix TV est le passage vers la Chine. Elle agit comme un lien entre le monde occidental et le monde chinois », explique Angela Fung, directrice adjointe de Phoenix Chinese Channel. Ce groupe, coté en bourse et détenu en majorité (37,42 %) par son Pdg, Liu Changle, revendique quelque 150 millions de téléspectateurs. Echappant à la censure et aux quotas chinois, elle multiplie aujourd'hui les coproductions avec l'Europe.

Et puis, depuis 2003, Singapour se développe comme centre de production sur la zone du Sud-Est, à travers le MDA (Media Development Authority), né de la fusion de la Singapore Broadcasting Authority, du département des films et publications et de la Commission du film. Cette instance, dotée d'aides et d'incitations à la production, a pour ambition de nourrir la création de contenus locaux, favoriser les échanges et coproductions, développer les nouvelles technologies. « La série de films animaliers Extinctions sur laquelle je travaille actuellement, détaille Frédéric Lepage, a été soutenue par MDA et est en coproduction avec la société singapourienne Oak3 Films. »

LES TROIS REGLES D'OR DE LA PRODUCTION

Pour autant, le producteur occidental ne pénètre pas comme ça sur le territoire asiatique. Il y a des règles à respecter, qui sont souvent la clé d'une longue et loyale collaboration.

1- Ton interlocuteur, tu connaîtras sur le bout des doigts

« L'une des règles d'or pour travailler avec l'Asie est de bien connaître les cultures et traditions locales, le protocole et les usages, note Frédéric Lepage. Cela évite les susceptibilités, les refus polis mais définitifs. Sans les clés pour comprendre comment fonctionnent ces cultures et ces peuples, pas de porte d'entrée ». Et le producteur de FL Concepts & Co de tenter de dresser un « portrait type » du pudique asiatique. « Si l'on devait « profiler » chaque trait de caractère, je dirais que les singapouriens sont très méticuleux, les chinois très créatifs et débridés et les coréens très avant-gardistes ».



(Le Premier Empereur Chin Shi Huang Di)

Au sein de la société de production anglaise, Lion TV, la collaboration avec la Chine s'est construite progressivement, motivée par l'intérêt porté par la société anglaise pour l'histoire du pays. « Alors que la Chine devenait peu à peu une puissance économique incontournable, nous nous sommes aperçus que l'occident ne connaissait rien de ce pays, remarque le directeur général de Lion TV, Richard Bradley. Nous avons alors commencé par faire une série de films qui exploraient les grandes icônes culturelles et historiques de la Chine : le premier empereur Chin Shi Huang Di (voir encadré)

La Grande Muraille, la Cité Interdite. Et puis, nous avons fait le portrait de Chinois d'aujourd'hui (Atlas : China), et nous nous sommes intéressés au système scolaire (L'école chinoise / Chinese School). A chaque fois, notre façon de travailler avec les Chinois est simple, mais elle est désormais le résultat de plusieurs années d'expérience et d'une étroite relation de confiance. Nous développons une idée, un concept, que nous soumettons à nos partenaires chinois. S'ils estiment le projet réalisable, alors nous cherchons des partenaires internationaux pour augmenter le budget du film ou de la série. Dans le même temps, nos collaborateurs chinois travaillent à obtenir les autorisations politiques nécessaires et s'adjoignent le talent des meilleurs experts locaux. En retour de ce travail, nous leur offrons la version chinoise de nos films. Il y a en Chine un potentiel d'histoires incroyables à raconter, des décors merveilleux à filmer et de grands talents à faire travailler. Avec de bons partenaires, et une relation de confiance, il est possible de faire des choses étonnantes », s'enthousiasme Richard Bradley.

2- De patience et de flexibilité tu feras preuve

Coproduire avec l'Asie est surtout et avant tout un travail de patience. Tous ceux qui ont déjà travaillé avec un pays asiatique s'accordent à dire qu'il faut laisser le temps agir pour nouer des relations qui seront, au final, construites sur la fidélisation, la loyauté et la confiance mutuelle. « Une collaboration ne se noue pas et ne se dénoue pas sur une production », estime Marie-Pierre Aulas, productrice chez Gédéon Programmes. Chez Gédéon, comme chez FL Concepts ou Lion TV, la confiance d'aujourd'hui est le résultat d'une longue collaboration, voire d'une délocalisation. Frédéric Lepage a créé une filiale de production, Yellow River, en Asie. Marie-Pierre Aulas a vécu en Chine. Iikka Vehkalahti de YLE TV (Finlande), s'est installé un an en Inde pour nouer des relations. « Aujourd'hui, je travaille principalement et presque exclusivement avec des sociétés de production et des producteurs indépendants, créant de solides relations avec NDTV de New Dehli et PSBT, qui produit des documentaires courts pour Doordashan ».

« Quand on travaille avec la Chine, il faut savoir jouer avec l'appareil politique, très centralisé, et avec les chaînes locales, très puissantes et influentes » explique Frédéric Lepage. Selon les chaînes et les pays, il faut faire preuve de flexibilité sur les accords initialement conclus : ne pas hésiter à transformer une coproduction en pré-achat, un achat en coproduction, etc. « Depuis cinq ans, nous travaillons beaucoup avec la NHK sur des grands projets documentaires, mais aussi sur des échanges culturels et de nouvelles pratiques au niveau technologie. Il y a un respect profond et mutuel entre les deux sociétés », souligne Tom Perlmutter, président de l'ONF (Office national du film du Canada). Mais c'est le résultat d'un long processus : on a mis beaucoup de temps à se connaître et on a développé beaucoup d'efforts pour franchir les barrières culturelles ».

3- Les spécificités de chaque pays, tu accepteras

« Je ne travaille pas de la même manière avec la NHK qu'avec une société de production indienne », note Iikka Vehkalahti de YLE TV. Dans une coproduction avec la NHK, l'implication de la chaîne est forte, elle sait exactement ce qu'elle veut. En Inde, les producteurs doivent produire des films avec un soutien très faible de leurs diffuseurs nationaux. C'est tout à fait différent ! L'Inde est un pays immense où les différentes sous-cultures sont en plein essor, et où chaque région, chaque ville, comme Kolkata, Delhi, Mumbai et Chennai par exemple, ont leurs propres codes dans la production de documentaires. Ainsi, les réalisateurs indiens font des films beaucoup moins linéaires qu'en Europe, où l'histoire est basique et simple. Leurs films à eux ont des niveaux de lecture bien plus complexes ».

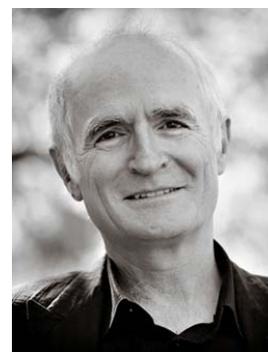
Pour les producteurs occidentaux, il faut également compter sur l'aspect didactique des documentaires japonais. « Le documentaire japonais n'a pas peur d'expliquer, de rentrer dans les détails, de remettre les choses dans leur contexte », soulignent Frédéric Lepage et Marie-Pierre Aulas. Du coup, le rythme des films est souvent plus lent et les formats plus longs. « De toute façon, quand nous montons une coproduction avec le Japon, explique la productrice de Gédéon, la NHK monte son propre film avec nos rushes ». Une pratique également observée dans les coproductions avec la Chine. « Sur la série Aux frontières de la Chine de Serge Tignières, notre coproducteur japonais, la NHK, et la CCTV, qui a rejoint le projet ultérieurement, ont chacun monté leur propre film. »



*(AUX FRONTIÈRES DE LA CHINE –
Une coproduction GEDEON
Programmes, France 5, NHK.)*

Et puis, l'Asie, et notamment le Japon, à la pointe des nouvelles technologies, cherche à développer des contenus innovants. « L'année dernière, l'ONF a signé un nouvel accord avec la NHK qui favorise l'expérimentation et l'innovation plutôt que la coproduction traditionnelle, souligne Tom Perlmutter. Deux équipes de créateurs, l'une japonaise, l'autre canadienne ont été réunies pour trouver un sujet et lancer un projet qui, dès le départ, doit être conçu pour une diffusion multi-plateforme. »

Si l'Asie n'est pas homogène, comme se plaît à le souligner Tom Perlmutter, en revanche, « elle devient universelle » estime Frédéric Lepage. Les barrières culturelles étant en train de tomber, reste encore, et notamment pour les pays les plus émergents comme Taiwan, la Thaïlande, la Malaisie, le Vietnam, la barrière de la langue. Un des seuls freins encore soulignés par les occidentaux. « C'est vrai que c'est encore un réel problème, conclut Richard Bradley. Vous devenez très vite dépendants des traducteurs et des gens de votre équipe qui parlent le dialecte local quand vous tournez dans ces pays-là. Mais la persévérance donne là aussi les meilleurs résultats » sourit-il.



(Tom Perlmutter)

DOCUMENTAIRE : LES THEMATIQUES SOLLICITEES ET... REFUSEES

Dans la coproduction avec l'international, et notamment l'Europe, le documentaire est et reste, avec l'animation, l'un des genres les plus sollicités par l'Asie. « Une fois que l'on a compris comment ces pays fonctionnent, estime Frédéric Lepage, tout ou presque est possible. Les asiatiques sont très friands de programmes qui enrichissent, comme la science, l'histoire, l'environnement ». Selon Marie-Pierre Aulas de Gédéon Programmes, le Japon porte un grand intérêt à l'archéologie et la paléontologie, mais s'intéresse tout autant aux grandes expéditions et découvertes. « Quand on est dans une relation de confiance avec les Chinois, on peut aussi bien traiter de la Chine historique que contemporaine », estime, pour sa part, Richard Bradley de Lion TV. A moins de traiter de sujets très sensibles, on peut filmer en Chine avec une liberté bien plus grande que ce que les gens imaginent. Le tout est de savoir soi-même où sont les limites, politiques notamment, historiques parfois, à ne pas dépasser, indiquent tous ceux qui travaillent avec ce pays. « Il faut savoir, par exemple, qu'entre le Japon et la Chine, il y a des plaies béantes sur leur histoire respective. Si vous ignorez cela, vous pouvez faire des erreurs fatales... », prévient Frédéric Lepage.

DES HISTOIRES DE COPRODUCTION...

« **Le premier Empereur : l'homme qui fit la Chine** » - (The First Emperor : The Man who made China)

Production : Lion TV pour Channel 4, Discovery Channel, Phoenix et TF1



« *Le premier Empereur* était le documentaire le plus ambitieux de ce type jamais tenté pour la télévision par une société occidentale. Le projet racontait la vie de l'empereur Chin Shi Huang Di, qui unifia la Chine grâce à sa puissance militaire, construisit une grande partie de La Grande Muraille, et créa l'armée de terre cuite pour garder son mausolée. Nous avons étroitement lié deux éléments pour raconter cette histoire : le premier a été la découverte, lors de fouilles archéologiques, de la présence de mercure dans son mausolée, confirmant la légende autour de l'empereur. Le deuxième élément était une dramatisation très ambitieuse des épisodes clés de sa vie, conduisant à sa mort, probablement par empoisonnement au mercure, après toute une vie faite de brutalité et de grandes réalisations. Les deux éléments ont bien fonctionné ensemble. La découverte de traces de mercure dans sa tombe a été très importante, car elle confirmait que bien d'autres choses qui ont probablement été écrites sur lui, étaient vraies.

Pour le film, nous avons non seulement tous les accès nécessaires au site, mais aussi des centaines de figurants de l'Armée populaire de libération – avec des chevaux en nombre, des cascadeurs, etc, dont beaucoup avaient déjà travaillé sur les longs métrages de Zhang Yimou. Nous avons réalisé les scènes en anglais avec des acteurs basés à Singapour, Hong Kong et aux Etats-Unis. Beaucoup de gens ont trouvé cette démarche étrange mais notre but était de mettre cette histoire à la portée d'un large public et pas seulement à la disposition d'un public cinématographique averti. L'audience phénoménale du programme à travers le monde a surpris. Des scènes du film (réalisé en HD), ont ensuite été utilisées pour l'exposition sur les guerriers de terre cuite au British Museum ». **Richard Bradley (Directeur général, Lion TV)**

« **L'invité de Néron** » de Deepa Bhatia (55 mn) - Production : Mistral Movies pour YLE/Arte G.E.I.E

« Le groupe de travail du projet *Why Democracy* voulait absolument faire un film sur la plus grande démocratie du monde, l'Inde. Dans ce but, nous avons rencontré un très célèbre journaliste, P. Sainath à Mumbai, qui se mobilise depuis longtemps dans son journal *The Hindu* pour sensibiliser les élites au sort des agriculteurs indiens. Les responsables de la BBC et moi-même avons dîné avec lui. Nick Fraser (commissioning editor de la BBC) a été très impressionné par le discours de P. Sainath, qui a décrit de manière très personnelle les inégalités dans le monde et en Inde notamment. Nous avons alors décidé que nous avons besoin de lui pour faire le film. Le seul problème est que P. Sainath avait déjà refusé de travailler sur des dizaines de documentaires. Lorsqu'il s'agit de couvrir les régions les plus pauvres de l'Inde ou de parler des suicides d'agriculteurs, il a un point de vue très critique vis-à-vis des journalistes et réalisateurs occidentaux. Mais il se trouve que P. Sainath est mon meilleur ami. Il voulait absolument que ce

soit moi qui fasse le film, ce qui était impossible, étant l'un des éditeurs de *Why Democracy*. Néanmoins, je filmais Sainath à son domicile, dans son travail quotidien sur la pauvreté dans son pays. Cette base a convaincu Thierry Garrel d'Arte de co-financer le film. Je devais alors trouver un réalisateur que Sainath veuille bien accepter. Aucun des célèbres metteurs en scène indiens ne trouvait grâce à ses yeux, ni le sud-africain Brian Tilly, pas même des pointures comme José Padilla. En attendant de trouver le réalisateur idéal, et pour ne pas interrompre le tournage, nous avons formé un fils d'agriculteur - qui avait une petite entreprise de vidéo dans une ville de campagne - à la caméra pour suivre Sainath dans les villages. Et puis, enfin, P. Sainath a accepté le réalisateur Deepa Bhatia de Mumbai. Nous avions 25 000 euros seulement pour faire le film (le reste de l'investissement d'Arte devant être versé une fois le documentaire terminé). Nous avons obtenu un peu plus d'argent du ministère finlandais des Affaires étrangères et une petite subvention du fonds Jan Vrijman. L'ensemble du processus de post-production a été un cauchemar, mais au final, le film a été très remarqué au dernier IDFA (International Documentary Film Festival). Il a été vendu par un excellent distributeur (Cinephil). Trois chaînes ont immédiatement voulu l'acheter et il a été projeté dans plusieurs festivals importants ». **Iikka Vehkalahti (YLE TV)**

INTERVIEW DE SAYUMI HORIE, RESPONSABLE DES COPRODUCTIONS INTERNATIONALES A LA NHK.

Produisez-vous beaucoup de documentaires en collaboration avec l'Europe chaque année ?



Nous avons coproduit 24 documentaires au cours de l'exercice 2008 (avril 2008 - mars 2009), dont 16 en coproduction avec l'Europe. Nous estimons qu'environ 2/3 de l'ensemble de nos projets sont réalisés en coproduction avec l'Europe chaque année. Sur 16 projets, 6 ont concerné le Royaume-Uni, 5 la France, 2 l'Allemagne et 3 d'autres pays européens. Le Royaume-Uni et la France sont les deux principaux partenaires de NHK.

Le Royaume-Uni est manifestement le plus gros fournisseur de contenus pour la coproduction internationale de documentaires et nous adoptons souvent ses documentaires de société ou ses reportages comme programmes de notre case « World Documentary ».

Pour nous, la France est un partenaire solide puisque les relations mutuelles établies avec les producteurs/diffuseurs français remontent à plus de 15 ans. Nous estimons également partager un grand nombre d'intérêts communs avec les spectateurs français, notamment dans le domaine des technologies scientifiques de pointe, de l'histoire des civilisations et de l'approche culturelle de la société moderne.

Qu'attendez-vous de la coproduction avec l'Europe : de nouveaux sujets, des méthodes de production différentes ?

D'une manière générale, NHK recherche toujours des documentaires d'un nouveau genre pour ses programmations, notamment pour la chaîne HD et des programmes événements proposant des nouveautés ou ayant un impact à grande échelle. Nous devons continuer à répondre aux attentes de nos spectateurs en leur proposant des séries documentaires remarquables en tant que producteurs et diffuseurs et, pour y parvenir en termes de budget, la coproduction avec l'Europe est indispensable.

Quelles sont vos contraintes et exigences lors d'une coproduction avec l'Europe ?

Nous devons absolument comprendre les différences de style de montage et de programmation de part et d'autre et il est toujours très difficile pour les deux parties de trouver le sujet réalisable et la version garante du succès.

Produisez-vous beaucoup de films avec la Chine ? Quelles sont les principales différences entre une coproduction avec la Chine et avec l'Europe ?

La Chine est un partenaire très important pour nous. Généralement, nous partageons une grande partie de la production avec nos partenaires chinois, notamment la recherche et le tournage mais nous conservons le contrôle du montage de nos versions, car leur style de documentaire et leur stratégie de programmation sont différents des nôtres.

Si l'on compare avec l'Europe, nous attendons une moindre contribution financière aux projets mais leur participation à la préparation et au tournage est indispensable puisqu'ils disposent d'un accès spécifique aux archives, aux sites de tournage et aux organisations politiques, ce qui est déterminant pour la réalisation d'un documentaire.

FOCUS

FONDATION CNEX : NOUS VOULONS PRODUIRE 10 DOCUMENTAIRES SUR LA CHINE



Née en décembre 2006, la Fondation Cnex est une organisation non gouvernementale établie à Hong Kong. Sa mission est de produire 10 documentaires par an pendant 10 ans qui raconteront les mutations de la Chine et aideront à l'émergence d'une nouvelle génération de documentaristes chinois. Deux de ses productions ont déjà remporté des récompenses au Festival du cinéma de Venise (septembre 2009) et au Taipei Golden Horse (en novembre 2009).

Ben TSIANG, PDG de CNEX et Chaowei CHANG, Directeur de production de CNEX

Quand et où la Fondation CNEX a-t-elle vu le jour ?

BT : La fondation CNEX a vu le jour en décembre 2006. Il s'agit d'une ONG qui est immatriculée à Hong Kong et présente en Chine continentale, à Taïwan et à Hong Kong. Son financement provient essentiellement de dons privés. Cette fondation est gérée par un groupe de jeunes professionnels de Chine, de Taïwan et de Hong Kong. En 2004, face à l'insolente croissance économique, au bord de la surchauffe, de la Chine continentale et à l'instabilité politique de Taïwan, nous avons tout d'abord voulu réaliser UN UNIQUE documentaire sur la situation socio-économique de la Chine. Mais par la suite, il nous a semblé qu'un film ne suffisait pas et nous avons donc décidé de créer une organisation capable de produire régulièrement des films documentaires sur les Chinois d'aujourd'hui et de promouvoir la documentation visuelle auprès des jeunes générations. Voilà comment la fondation CNEX a vu le jour.

Quelle est la finalité précise de cette Fondation ?

CC : A une époque de changements rapides et de mondialisation, la Fondation CNEX favorise la communication dans le monde et la coopération en matière de réalisation documentaire. La CNEX facilite les échanges culturels entre les sociétés chinoises ainsi qu'entre la Chine et le reste du monde. Elle s'efforce de diffuser l'esprit et les idées de la culture chinoise contemporaine.

BT : Nous nous fixons comme objectif la production de 10 films documentaires chinois par an, puis de 100 films en dix ans, afin de mieux comprendre l'évolution radicale de la vie chinoise. Nous organisons également chaque année des festivals de documentaires thématiques, qui ont lieu à Pékin, Taipei et Hong Kong.

Quel est le parcours professionnel des fondateurs ?

Les trois fondateurs de CNEX sont :

- . M. Ben TSIANG, PDG de CNEX. Co-fondateur de SINA.COM, le plus grand portail Internet en Chine.
- . Melle Ruby CHEN, Directeur d'exploitation de CNEX. Ancienne consultante chez McKinsey. Elle est actuellement Directrice du Programme de développement des cadres de l'Université de Pékin.
- . M. Chaowei CHANG, Directeur de la production de CNEX, ancien réalisateur de documentaires et producteur. Il occupe également les fonctions de responsable de documentaires de China Sun TV.

Combien de documentaires avez-vous produits à ce jour ? S'agit-il de documentaires pour la télévision ou le cinéma ?

CC : Nous avons produit 8 films en 2007 et 9 en 2008. Pour 2009, 6 films sont en post-production. Ces films traitent essentiellement des problèmes de l'environnement, des personnes défavorisées, des personnes âgées, des jeunes, des travailleurs migrants, des problèmes ruraux ...

BT : Les débouchés de nos films documentaires sont variés. La moitié de notre production est destinée au cinéma ou à des festivals de films et l'autre moitié à la télévision. Au cours des 3 dernières années, nous avons participé à 35 festivals de films ; une partie de nos documentaires a été vendue à la télévision et tous nos films ont été achetés par des IPTV et des instituts de formation.

Pouvez-vous citer deux exemples réussis ?

BT : Bien sûr. *1428*, un film sur le tremblement de terre dans le Sichuan en Chine, a obtenu le Prix Orizzonti du Meilleur documentaire au 66ème Festival du Film de Venise en septembre 2009 ; *KJ*, un film consacré à un jeune musicien chinois, a obtenu les titres du meilleur documentaire, meilleur montage et meilleure musique lors des Golden Horse Award, à Taiwan, en novembre 2009.

Plus précisément, *KJ* a été projeté dans les salles de Hong Kong pendant plus de 5 mois, avec un taux de remplissage moyen de 90 % sur 100 projections. Le film va également être diffusé au cinéma à Taipei en janvier 2010.

Comment financez-vous ces films documentaires ?

CC : Par nos propres moyens. Le réalisateur/producteur reçoit une partie des revenus de la distribution.

BT : Nous levons des fonds provenant du secteur privé et, chaque année, nous affectons les fonds à la production des 10 films retenus. Nous injectons l'argent progressivement afin de nous assurer que les films sont en bonne voie. Des frais supplémentaires de post-production sont engagés si les films ont été sélectionnés pour des festivals ou ont démontré leur intérêt commercial.

Avez-vous déjà eu des partenaires étrangers (producteurs ou chaînes de télévision) ?

Recherchez-vous ces partenariats ?

BT : La CNEX a toujours été favorable à la collaboration et à la distribution internationales. Nous avons actuellement des co-producteurs et des distributeurs à New York (FRIF), Paris (Doc & Co, Agat Film) et Taipei (Joint Entertainment). Nous envisageons de collaborer avec d'autres sociétés de production et de distribution afin de tester la viabilité économique de l'industrie du documentaire chinoise.

Comment voyez-vous l'industrie du documentaire en Chine (Chine continentale, Taiwan et Hong Kong) ?

CC : Le marché du documentaire en Chine n'a pas encore atteint l'âge de la maturité. Nous devons orienter nos efforts dans deux directions :

1. Fidéliser au maximum le public des documentaires en agissant sur tous les fronts : salles de projection, télévision, Internet, DVD et même cafés/salons de thé et campus. Cela peut prendre 5 années supplémentaires.
2. Produire ou diffuser le plus grand nombre possible de programmes documentaires ou informatifs différents (malgré la censure, la Chine est une immense « passoire » de contenus), de la programmation la plus élitiste à la plus populaire.

BT : La Chine continentale diffuse ses documentaires par le biais des chaînes de télévision sous le contrôle du gouvernement. Pour l'instant, les documentaires ne sont pas projetés dans les salles de cinéma. A Taiwan, le secteur de la société civile est beaucoup plus développé et le documentaire y a trouvé sa place depuis plusieurs années. Les documentaires, sans oublier de nombreux films documentaires subventionnés par des ONG, sont diffusés aussi bien à la télévision qu'au cinéma. Hong Kong émerge en termes de production et de projection de films documentaires. Le film *KJ* de CNEX a fait figure de pionnier sur le marché de Hong Kong et il a remporté un succès étonnant à nos yeux comme à ceux du gouvernement local.

Qu'en est-il de la Chine continentale ?

CC : Le marché du documentaire chinois va subir de profonds bouleversements dans un proche avenir. Certaines grandes chaînes documentaires vont sortir du giron de leur chaîne mère et seront privatisées. Dans un proche avenir, je pense qu'un nombre croissant d'équipes de production européennes coopéreront avec des équipes chinoises ou travailleront même dans des sociétés chinoises pendant une période assez

longue. La coopération entre les professionnels dépassera les cadres actuels du cofinancement et de la coproduction. A l'avenir, je pense que les meilleurs professionnels du monde entier siégeront dans les conseils d'administration des nouvelles sociétés chinoises de production de documentaires.

Comment voyez-vous la coopération Europe / Asie dans le domaine du documentaire ?

CC : Une coproduction transcontinentale est nécessaire. Les producteurs chinois ont besoin de talents dans le domaine de la production et du marketing. Ils cherchent particulièrement à affiner leurs compétences en matière de recherche et de scénario. S'agissant des thèmes locaux, les producteurs chinois attendent des spécialistes internationaux une contribution à l'actualisation de leurs points de vue qui tient compte des derniers résultats de la recherche.

BT : La Chine dispose de nombreux réalisateurs de films passionnés et d'histoires fantastiques. De toute évidence, elle a besoin d'une collaboration professionnelle pour rechercher des ressources supplémentaires et acquérir des compétences de montage afin de pouvoir raconter une bonne histoire, défendant si possible une cause universelle.

Pourquoi avez-vous accepté d'être l'un des partenaires d'ASD ? Quelles sont vos attentes ?

BT : ASD peut être un grand réseau de réalisateurs et de producteurs de documentaires chinois. Nous manquons cruellement de bons producteurs, ce qui entrave sérieusement le développement et la circulation des documentaires chinois. Je pense que nous allons pouvoir attirer en Chine continentale des talents de production en adéquation avec le marché, qui représenteront à la fois un atout indéniable pour répondre à la demande locale mais aussi des partenaires fiables dans la défense des intérêts internationaux.

<http://www.cnex.org.tw/>

Propos recueillis par Pierre-Yves Lochon

NEWS SSD ET ...

Ils ont rejoint l'équipe de Sunny Side of the Doc :

Bettina Hatami - Consultante pour le Développement International –

development@sunnysideofthedoc.com

Bettina Hatami appartient au monde de la télévision. Ancienne productrice indépendante, elle se tourne ensuite vers la diffusion puis redevient productrice indépendante. Toutes ces années de labeur consacrées à la production et à la diffusion dans le monde, au service de grandes compagnies et chaînes internationales, lui ont valu quelques récompenses, notamment un Emmy Award ainsi que la responsabilité de plusieurs programmes de divertissement. *The World of Geo, Age of Terror, Reporters at War, Rebuilding the Past et Warrior Women* font partie des réalisations dont elle est la plus fière. Elle a su gérer des coproductions assez complexes et a convaincu les commissioning-editors et les directeurs de programmes de mettre la main à la poche pour financer des projets de grande envergure. Elle a dû renoncer à d'autres participations financières mais elle s'est toujours battue pour s'assurer que le résultat final soit aussi convaincant que possible. Bettina réside actuellement à Paris (lorsqu'elle n'est pas en avion ou les yeux rivés à l'écran de son ordinateur dans une salle d'attente d'aéroport) et travaille en ce moment avec des producteurs indépendants dans le monde entier, leur dispense des conseils en matière de stratégie et de développement et supervise la production de films pour des chaînes internationales telles que ZDF et Discovery.

Marc Guidoni - Consultant Transmédia - marc.guidoni@fondivina.com / <http://twitter.com/fondivina>

Marc GUIDONI a passé une quinzaine d'années dans des postes de management business et marketing au sein de grands groupes Médias & Télécommunications (TF1, TDF, Orange), où il a été confronté à une grande diversité de situations stratégiques. En 2005, Marc s'est lancé dans une aventure entrepreneuriale de producteur de films pour le cinéma et la télévision en créant sa société, Fondivina (www.fondivina.com). Il a produit plusieurs courts-métrages de fiction et documentaires qui ont été achetés par de grandes chaînes en France à l'étranger. Marc fait partie depuis 2007 du Producer's Network et est consultant dans le secteur des industries culturelles et des médias. Il est à l'initiative de la renaissance, aux côtés de Marc Bonny, du

cinéma Comoedia, un complexe lyonnais d'art et essai de 6 salles (www.cinema-cómoedia.com). Marc Guidoni a une double formation de Grande Ecole d'Ingénieur (Télécom Paris) et de MBA (Groupe HEC).

Emmanuelle Martin - Chargée du suivi de clientèle – sales@sunnysideofthedoc.com

Emmanuelle MARTIN a travaillé plusieurs années comme chargée de production avant de rejoindre il y a cinq ans la Direction des programmes de TV5MONDE, où elle était chargée de programmes documentaires et acheteuse de documentaires long format.

Julien Prével - Webmaster / Graphiste - webmaster@sunnysideofthedoc.com

Julien PREVEL a une expérience de Webmaster, rédacteur et réalisateur, ceci après avoir effectué une Licence Professionnelle *Activités et Techniques de Communication* et un Master Professionnel en *Communication et Médiations Culturelles*.

Et toujours :

Yves Jeanneau - Commissaire général - yjeanneau@sunnysideofthedoc.com

Cathy Ventenat – Assistante d'Yves Jeanneau - cathy.ventenat@aikidoc.fr

Josée Brossard – Coordination Générale - coordination@sunnysideofthedoc.com

Jean-Jacques Peretti - Relations Internationales - international@sunnysideofthedoc.com

Natasha Moulin – Attachée de presse – press@sunnysideofthedoc.com

Catherine Blondy - Relations Publiques - cathblondy@wanadoo.fr

Timothé Vila – Comptabilité – invoicing@sunnysideofthedoc.com

... INTERNATIONALES

The Sundance Film Festival – du 21 au 31 janvier 2010, à Park City, Utha - <http://festival.sundance.org/2010/>

Le 23^{ème} **Fipa - Festival International de Programmes Audiovisuels** - du 26 au 31 janvier 2010, à Biarritz. La soirée d'ouverture aura lieu le mardi 26 janvier et la soirée de clôture le samedi 30 janvier - <http://www.fipa.tm.fr/>

History Makers – du 27 au 29 janvier 2010, à New-York.

History Makers International Summit of History and Current Affairs Producers reveals current thinking and trends which inspire the world's best programs and program creators - <http://www.historymakers2009.com/>

12th Annual Realscreen Summit – du 1er au 3 février 2010, à Washington - <http://www.realscreen.com/>

Pour consulter le palmarès de la 12^{ème} édition des **RENCONTRES INTERNATIONALES DU DOCUMENTAIRE DE MONTRÉAL (RIDM)** - <http://www.ridm.qc.ca/fr/accueil.html>

Documentary Campus and EDN - CALL FOR DOCUMENTARY PROJECTS FROM EUROPE AND THE ASIA-PACIFIC - For their joint and new international documentary programme Crossing Borders – The Eurasia-Pacific Documentary Training spanning from Europe to the Asia-Pacific region and back again, Documentary Campus and the EDN – European Documentary Network are calling for projects. Deadline for applications : 1st March 2010 – Contact : Cecilie Bolvinkel : cecilie@edn.dk / <http://www.edn.dk/>