



MI
FA
2017

PRESS
REVIEW

EXTRACTS

MEDIA COVERAGE 2017

The 41th Annecy International Animation Film Festival welcomed 400 journalists from all over the world.

To date, we have bought together over 1,500 publications, TV and radio broadcasts and reports.

A few figures for 2017:

- > Around **400 articles** published in the French press
- > Over **550 online publications** on French internet sites and blogs
- > **20 news reports** from French press agencies
- > Over **35 broadcasts and reports** shown on national TV and daily regional reports : FRANCE2, ARTE, M6, LCI, CANAL +, CNEWS, BFMTV, FRANCE 3...
- > Around **80 radio broadcasts** : FRANCE INTER, FRANCE INFO, FRANCE CULTURE, EUROPE 2, RTL, FRANCE BLEU, ODS...
- > Around **400 publications and coverage** abroad: VARIETY, Animation World Network, Cartoon Brew, Screen day

Contacts presse : Laurence Ythier - Head of Media Relations - Laurenceythier@citia.org

Renforts presse /Media support : Véronique Dumon - veronique.d@adalbert

Ophélie Surelle - ophélie.surelle@gmail.com

INTERNATIONAL PRESS

Home > News

Annecy unveils 2017 line-up

25 April, 2017 | By Melanie Goodfellow



***Zombillenium* announced as opener; China named as guest country, Guillermo del Toro to return.**

French animator and illustrator Arthur de Pin's child-friendly comedy-horror tale *Zombillenium* (pictured) - set against the backdrop of an amusement-terror park where the staff are a motley crew of vampires, zombies and werewolves - will open this year's edition of the Annecy International Animated Film Festival, running June 12-17 this year.

It is among nine special event screenings including Pixar's *Cars 3*, which will be preceded by a presentation of footage from Mexico-set, Day of the Dead-inspired drama *Coco* in the presence of director Lee Unkrich, producer Darla K. Anderson and co-director Adrian Molina; *Despicable Me 3* and *The Big Bad Fox And Other Animals*.

Zombillenium will also compete in the 10-title feature film competition.

Other contenders for Annecy's Cristal for best feature film include Iranian director Ali Soozandeh's *Tehran Taboo*, exploring sexuality in the Iranian capital, which is due to premiere in Cannes Directors' Fortnight; Jian Llu's small-town China crime caper *Have A Nice Day*, which made its debut at the Berlinale; UK film-maker Roger Mainwood's *Ethel And Ernest* and *Loving Vincent*, capturing the life of the tortured artist through animation in the style of his artwork.

[Share](#)
[Tweet](#)

[Print](#)
[Email](#)
[+](#)

RELATED ARTICLES

- **Moretz, Butterfield join White Circus**
15 May 2013
- **'The Chinese Widow' to replace 'Our Time Will Come' as TIFF opener**
12 June 2017
- **Annecy unveils full 2013 line-up**
23 April 2013
- **Annecy animation festival unveils 2016 line-up**
20 April 2016

Another 13 features will be showcased Out of Competition including anime fantasy *Ancien And The Magic Tablet*, the latest picture by Japanese *Ghost In The Shell* creator Kenji Kamiyama, and German director Katrin Rothe's animated documentary *1917 - The Real October* capturing events in *St Petersburg* during the Russian Revolution.

Work in Progress

The Work In Progress selection, one of the biggest draws for professionals and the large contingent of animation students which attends every year - will give sneak peaks of a dozen feature and TV projects including Nora Twomey's [Angelina Jolie-executive produced *The Breadwinner*](#), about a girl living under the Taliban in Afghanistan, [Joann Sfar's *Little Vampire*](#) and Jorge Guitierrez's *Kung Fu Space Punch*.

China Focus

This year's guest country is China. The territory focus will explore its long history with animation dating back to the pioneering Wan Brothers, who made 30-odd shorts, melding the aesthetics of traditional artwork with the American cartoons they saw in Shanghai, in the 1920s and 30s and then made China's first feature-length animation feature *Princess Iron Fan* in 1941. It will be among 85 Chinese titles screening in the programme, spanning from the 1920s up until to today.

The country has also reserved a 183 sq m space in Annecy's MIFA market to mark the focus.

MIFA Expansion

In other MIFA news, the market will also be expanding in duration and size with the addition of a fourth day, so it will run June 13-16, as well as an extra 1,000 sq m of exhibition space.

The market is also launching a one-day event called Mifa Campus aimed at connecting young creatives with established professionals. Annecy habitué Guillermo del Toro will return as a patron for the inaugural edition and spill the beans on his own early career trajectory in a "Conversation with" event aimed at the participants.

In 2016, there were some 2,800 badge-holders, 1,200 companies and 370 buyers, distributors and investors at the market.

Guest Speakers

Other industry speakers in other sections of the programme will include Sony Pictures Animation president Kristine Belson; veteran Disney director and animator Glen Kleane and Disney Television Animation top executive Eric Coleman.

Chris Lavis and Maciek Szcerbowski, co-founders of Clyde Henry Productions in Montreal, will give a masterclass touching on their works such as *Madame Tutli-Putli*, *Higglety Pigglety Pop!*, *There Must Be More to Life* and the most recent *Cochonmare*.

Other Focuses

There will also be a focus on immersive animation experiences dotted throughout the programme, including a screening of Jaime Hewlett's music video *Saturn Barz* for Gorillaz; Sundance title *Dear Angelica* and the National Film Board of Canada's *Blind Vaysha*.

The programme also includes a late night screenings devoted animated erotica and featuring titles such as Tex Avery's *Little Tinker*, Raoul Servais' *Nocturnal Butterflies* and Hefang Wei's *The Banquet Of The Concubine*.

Annecy 2017 line-up:

COMPETITION

- **In This Corner of the World**, Sunao Katabuchi (Japan)
- **Ethel and Ernest**, Roger Mainwood (UK)
- **Big Fish & Begonia**, Xuan Liang, Chun Zhang (China)
- **Have a Nice Day**, Jian Liu (China)
- **Loving Vincent**, Dorota Kobiela, Hugh Welchman (Poland, UK)
- **A Silent Voice**, Naoko Yamada (Japan)
- **Lu Over the Wall**, Masaaki Yuasa (Japan)
- **Zombillenium**, Arthur de Pins, Alexis Ducord (Belgium, France)
- **Animal Crackers**, Tony Bancroft, Scott Christian Sava, Jalme Maestro (US)
- **Tehran Taboo**, Ali Soozandeh (Germany)

OUT OF COMPETITION

- **Ana y Bruno**, Carlos Carrera (Mexico)
- **Little Heroes**, Juan Pablo Buscarini (Venezuela)
- **1917 – The Real October**, Katrin Rothe (Germany)
- **The Man Who Knew 75 Languages**, Anne Magnussen, Pawel Debski (Norway)
- **Tea Pets**, Gary Wang (China)
- **Lost In The Moonlight**, Hyun-joo Kim (South Korea)
- **Richard The Stork**, Reza Memari, Toby Genkel, Germany, Belgium, Luxembourg, Norway
- **In The Forest Of Huckybucky**, Rasmus A. Sivertsen (Norway)
- **Anclen And The Magic Tablet**, Kenji Kamiyama (Japan)
- **Rudolph The Black Cat**, Kunihiko Yuyama, Motonori Sakakibara (Japan)
- **I'll Just Live In Bando**, Yong Sun Lee (South Korea)
- **Deep**, Julio Soto (Spain)
- **Tad, The Lost Explorer, And The Secret Of King Midas**, Enrique Gato Borregán, David Alonso (Spain)

WORK IN PROGRESS (FEATURES)

- **The Breadwinner**, Nora Twomey (Canada, Ireland, Luxembourg)
- **Little Vampire**, Joann Sfar (France)
- **Godzilla**, Kobun Shizuno and Hiroyuji Seshita (Japan)
- **Wish Dragon**, Chris Appelans and Michelle Staphylas (China)
- **Kung Fu Space Punch**, Jorge Guitierrez (US)
- **Captain Morten and the Spider Queen** (Estonia, Ireland, Belgium)
- **Tito and the Birds**, *Gabriel Bitar, André Catoto Dias and Gustavo Steinberg (Brazil)*
- **Zero Impunity**, Nicolas Blies, Stéphane Huber-Blies (Luxembourg)

Read more:

[Cannes: Directors' Fortnight reveals 2017 line-up](#)

AnneCY Bows African Animation Contest With AAN and Discop

Christopher Vourlias

APRIL 7, 2017 | 11:45AM PT



Africa's burgeoning animation scene got a boost this week with the announcement of an ambitious new partnership that will pair rising talents from across the continent with one of the world's most prestigious animation festivals.

The initiative, dubbed AnneCY — MIFA Pitches Animation du Monde — will offer a pan-African pitching competition organized by the AnneCY Intl. Animated Film Festival and Market, the African Animation Network (AAN), and the [Discop](#) content market.

Over the course of two competitions taking place later this year, organizers will select a pair of African animation projects to take part in AnneCY's prestigious Animation du Monde in 2018. A series of workshops and master classes during Discop's two editions will also bring vital skills development to a continent where formal animation training is still widely lacking.

The partnership, according to AAN project manager Nick Wilson, is an encouraging sign that the acclaimed French fest is "willing to engage more with Africa, and ... support and partner on various initiatives" that he says "could be massively transformative for the African animation industry."

AnneCY's engagement with the continent dates back to 2011, when it partnered with the French Institute and South African industry bodies for the inaugural Kunjanimation toon fest in Cape Town. Since rebranding as the Cape Town Int'l. Animation Festival, the leading showcase for animation from around the continent has also served as an important bridge between African animators and professionals from across the globe.

The collaboration with the AAN, described by Wilson as an "open-network platform" for African animators and industry associations, and Discop, the continent's largest TV content market, reflects a shared desire to develop an infrastructure that will both identify and nurture

African talent, while also offering a high-profile platform to promote their work.

As producers, broadcasters, and media execs from around the world arrive for DISCOP markets in Abidjan, Ivory Coast (May 31–June 1), and Johannesburg, South Africa (Oct. 25–27), animators will have the chance to pitch their projects to industry professionals in the company of some of the biggest names in broadcasting.

“There’s going to be a lot of conversation around African animation [at Discop],” says Wilson. “They’re allowing the African animation industry to market itself to the greater broadcast industry in Africa. That’s a massive spotlight.”

Discop has already put its considerable muscle behind African animators. Last November in Johannesburg, the market hosted a pitching competition sponsored by Turner and South African industry body Animation SA. The interest from the likes of Boomerang and the Cartoon Network underscored what Discop director Patrick Zuchowicki describes as “the phenomenal momentum of the African animation industry.”

For all the material support, though, the stamp of approval from Discop and Anancy could perform an equally important role by recognizing and endorsing the tremendous strides taken by African animators in recent years.

“Having that support allows us to have very high-level conversations with broadcasters, and potentially investors,” says Wilson. “It’s an amazing ecosystem that suddenly develops out of this support and these partnerships.”

FILED UNDER: Africa Anancy Animation Festival Discop

Annecy Goes to Cannes Highlights 'Nimuendajú,' 'Pajamas,' 'Mice'

Emilio Mayorga



MAY 2, 2017 | 03:12AM PT

COURTESY: DREAM TEAM CONCEPT, MOONBITE GAMES

In same pix-in-post showcase, 'Tito and the Birds' sparking a good buzz

BARCELONA— The Annecy Intl. Animation Film Festival will bring five features in production, pre-production or development stage under the “Goes to Cannes” umbrella, a selection of works-in-progress movies targeting features looking for sales agents, distributors or festivals pick-ups.

Productions’ producers will have the chance to report on their progress and will offer exclusive sneaks previews, trailers or concept art.

Sourced from Annecy’s International Animation Film Market (MIFA), the five productions are: “Even Mice Belong in Heaven,” “Nuna: The Last Myth of the Wamani,” “Nimuendajú,” “Tito and the Birds” and “Memoirs of a Man in Pajamas.” Two are Brazilian, one from Spain, Peru and Czech Republic, the last in co-production with France and Germany.

Directed by Carlos Fernández de Vigo, “Pajamas” is an awaited romantic comedy based on comic-books and a screenplay from Spain’s Paco Roca. Based out of Moonbite Games, Fernández produces with Jordi Mendieta and Ángel de la Cruz at Dream Team Concept. “The films guiding thread is a kind of Roca’s alter-ego, that of a sweet, charming guy who’s constantly ruminating about life and has many friends. It’s something like Woody Allen meets ‘Friends’,” Mendieta commented.

“Mice” is a production of Vladimír Lhoták’s Fesh Films in the Czech Republic, in co-production with Alexandre Charlet’s Les Films du Cygne in France and Germany’s Fortune Cookie. Directed by first-timer Denisa Grimmová and based on Iva Procházkova’s novel, the 2D/3D stop-motion blending “Mice” tells the story of a little mouse and a fox –two lethal enemies– who meet in heaven after dying in an accident and having lost their natural instincts. Czech writer-director Alice Nellis at “Mamas & Papas” is on board as its scriptwriter. The animated feature is currently concluding development.

“Brazil’s “Nimuendajú,” sighs in with the story of a Brazilian-German ethnologist Curt Nimuendaju, spanning 25 years of his life, recording his journey through the indigenous’ villages of Brazil’s interior as he crosses over into indigenous’ worlds and suffers the latter communities’ conflicts. Tania Anaya directs and produces alongside Bruno Hilario from Anaya Produções Culturais. Peter Ketnath co-produces out of Germany’s Cinezebra.

Also from Brazil, “Tito and the Bird” is set up at Sao Paulo-Based production company Bits Filmes, whose CEO is Gustavo Steinberg (“The End of the Line”). It follows a 10-year-old boy who embarks on a journey to save the world from an epidemic.

“Wamani” is produced by Stephanie Massart-Weit, Diego López-Mobilia and Jimy Carhuas Tintaya—who also serves as director—at COO Origami Studio. The movie claims to be the first Peruvian feature using mainly 2D techniques. “Wamani” centers on Alichu, a 6-year-old forced to take an unexpected trip after a series of natural disasters hit his small Andean town.

In addition to Anecy Goes to Cannes, over May 19 to 24, the Cannes Film Market’s Goes to Cannes series offer works-in-progress showcases from FilMart’s Haf Lab at its Asia Film Financing Forum, Mexico’s Los Cabos, Canada’s Fantasia-Frontières Co-Production Market and this March’s Guadalajara Construye. Lithuania’s Vilnius Film Festival Kino Pasavaris, Dubai Film Market, Polish Days New Horizons and Thessaloniki Festival also contribute pitch presentations.

ANNECY GOES TO CANNES, MAY 19, 2017

“Even Mice Belong in Heaven,” (Denisa Grimmová, Jan Bubenicek, Czech Republic, France, Germany)

“Nuna: The Last Myth of the Wamani,” (Jimy Carhuas Tintaya, Peru)

“Nimuendajú,” (Tania Anaya, Brazil)

“Tito and the Birds,” (Gustavo Steinberg, Brazil)

“Memoirs of a Man in Pajamas,” (Carlos Fernandez de Vigo, Spain)

Want to read more articles like this one? [SUBSCRIBE TO VARIETY TODAY.](#)

Breaking News



Annecy To Host First-Ever Women In Animation World Summit
1 month ago



Disney's New Digital Series 'Ginger Snaps' Is Definitely Not For Kids
15 hours ago



TUTORIAL: How To Animate A Cube In Houdini
16 hours ago



'Transformers: The Last Knight': Behind Dumblebee's New Trick
21 hours ago



CB Fest Premiere: 'Tough' by Jennifer Zheng
2 days ago



Studio Ghibli Fest starts today throughout the United States
2 days ago



Artist of the Day: Taylor Krahenbuhl
3 days ago



Disney and Pixar Accused Of Stealing 'Inside Out' In New LawsUIT By Parenting Expert
4 days ago



'The Story of An Idea' by F.X. Goby
4 days ago



GKIDS Unveils New Trailer, N.Y./L.A. Dates For Sébastien Laudenbach's Stunning 'The Girl Without Hands'
5 days ago



'Wiggling Out' by The Nib and Augenblick Studios
5 days ago



Google Doodles Celebrates Abstract Animation Legend Oskar Fischinger
5 days ago



FIRST LOOK: 'Sgt. Stubby: An American Hero' [Teaser]
6 days ago



Netflix's 'Castlevania' and Adult
6 days ago



EVENTS

Annecy To Host First-Ever Women In Animation World Summit

By Amid Amidi | 05/23/2017 8:27 pm | 6 Comments

Women in Animation (WIA), and its younger French sister organization, Les Femmes s'Animent (LFA), together with various corporate partners (including The Walt Disney Studios) and French organizations, are putting together the first Women in Animation World Summit, set to take place next month at the [Annecy International Animated Film Festival](#) in France.

Scheduled for the festival's first day, Monday, June 12, at the Imperial Palace Hotel (Ronde Room), the summit is a day-long symposium of panels and discussions exploring a wide range of topics related to the growing role of women within the industry, especially on the creative side where women artists are systemically underrepresented. "Our big focus for this year is on recognizing and understanding unconscious bias, an achievement which will help everyone work together towards WIA's goal of bringing equity to creative leadership in our industry by 2025," said WIA co-president Marge Dean.

“Annecy has always been a place of debate and exchange,” said Mickael Marin, the head of Annecy’s business market MIFA, “and we are proud to support and welcome such great dialogue during the first-ever Women in Animation World Summit at MIFA. Our support of this initiative carries on from our festival theme of honoring women in 2015, and the two years of rich collaborations with WIA and LFA that have followed.”

Here is the line-up of talks:

9:30am -10:30am — Exploring Unconscious Bias

Julie Ann Crommett (vice president of multicultural audience engagement at the Walt Disney Studios and WIA chair of industry relations) will present an introduction to the topic of “Unconscious Bias.” Julie Ann will be introduced by WIA co-president, Marge Dean.

10:30am - 12:00pm — 50/50 by 2025 - How Are We Getting There?

Lindsay Nadler (director, human resources, Walt Disney Animation Studios) will lead a discussion with top industry filmmakers and executives such as Jinko Gotoh (producer, Warner Animation Group and WIA secretary), Alison Mann (vice president of talent, Illumination Entertainment), Corinne Kouper (director of development of TeamTo and president, Les Femmes s’Animent), and Lindsay Watson (animation producer, Canuk Productions Ltd. and president, Animated Women UK) on how to reach WIA’s goal of 50/50 gender balance in creative leadership roles within the animation industry by 2025.

2:00pm - 3:00pm — Artist Experience

Moderated by Karen Dufilho (executive producer, Google Spotlight Stories), this panel will feature artists from all areas of the animation industry – features, TV, shorts, gaming, vr/ar – such as Dorota Kobiela (co-director, [Loving Vincent](#)), [Jorge Gutierrez](#) (writer/director, ReelFX), Wendy Rogers (vfx Supervisor/creative executive, Cirrina Studios), Céline Sciamma (writer/director), and Xin Yu (CEO & creative director of Shanghai Left Pocket Studio) talking about their experiences in the current animation community.

3:00pm - 4:30pm — Developing Diverse Stories

Moderated by Julie Ann Crommett, this panel featuring Jessica Julius (creative executive, Walt Disney Animation Studios), Emilie Blezat (Studio Canal China), and Melissa Cobb (head of studio and chief creative officer, Oriental DreamWorks) will be a discussion about developing projects and telling cultural stories with authenticity.

In addition to the symposium, Les Femmes s'Animent will host a series of informal breakfast discussions open to all festival attendees. These events will take place Tuesday-Friday, June 13-16, from 8:30-10:00am at the Brasserie du Parc (12 Rue Centrale, 74940 Annecy-le-Vieux). A new topic will be discussed each day:

Tuesday, June 13th

Women Directors In Annecy: Highlighted speakers include Léa Krawczyk (*À Perdre Haleine*), Katrin Rothe (*1917 - Der Wahre Oktober*), Anne Magnussen (*The Man Who Knew 75 Languages*), and Lucrece Andrae (*Pépé le Morso*).

Wednesday, June 14th

Women in the Chinese Animation Industry: Highlighted speakers include Jie Chen (producer, *Big Fish & Begonia*), Xin Yu (CEO & creative director of Shanghai Left Pocket Studio), Monica Huang (producer), and Chao Wu (Annecy jury for student films).

Thursday, June 15th

The Women of *My Life as A Zucchini* and *The Man Woman Case*: Highlighted speakers include crew of *My Life As A Zucchini*: Armelle Giorennoc (producer), Marianne Chazelas (first assistant director), Kim Keukeleire (director of animation), Christel Grandchamp (costume designer), and Vanessa Riera (costume designer), and crew of *The Man Woman Case*: Joelle Oosterlinck (scriptwriter), Anaís Caura (writer/director), and Héléne Gendronneau (producer).

Friday, June 16th

Engaged & Emerging Filmmakers dialogue with Bonnie Arnold: Highlighted speakers include Bonnie Arnold (president, DreamWorks Animation), Anca Damian (director, *Crulic, The Magic Mountain*), Iryna Kostyuk (producer, *Mavka, the Forest Song*), Eléa Gobbé-Mévellec (co-director, *The Swallows of Kabul*), and Dorota Kobiela (co-director, *Loving Vincent*).



Read More:

#Alison Mann #Anca Damian #Anne Magnussen #Annecy #Céline Sciamma
#Corinne Kouper #Dorota Kobiela #Eléa Gobbé-Mévellec #Iryna Kostyuk
#Jinko Gotoh #Jorge Gutierrez #Julie Ann Crommett #Kim Keukeleire #Les
Femmes s'Animent #Lindsay Nadler #Lindsay Watson #Loving Vincent
#Marge Dean #Mickaël Marin #My Life As A Zucchini #Women In Animation

VARIETY

First-Ever Women in Animation World Summit to Be Held at Annecy International Animation Festival



Erin Nyren
Staff Writer
@erinyren

MAY 23, 2017 | 12:08PM PT



This year's Annecy International Animation Festival will include a new addition to the roster of events: the [Women in Animation World Summit](#), a day-long symposium of panels and discussions on topics relevant to women in the animation world that will take place June 12 at the Impérial Palace Hotel. COURTESY OF WOMEN IN ANIMATION

The event is hosted by Women in Animation (WIA) and its sister group, Les Femmes s'Animent (LFA), as well as Walt Disney Studios, the Centre National du Cinéma et de l'Image Animée (CNC), the Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD) and Hiventy, all in conjunction with [Mifa 2017](#). Some of the topics the panels will address include "Exploring Unconscious Bias," "50/50 by 2025 — How are We Getting There?" "Developing Diverse Stories" and "Artists' Experiences."

"We are honored to co-host the first Women in Animation World Summit at Annecy, with Mifa's continued support of our advocacy," said WIA co-president Marge Dean. "Our big focus for this year is on recognizing and understanding unconscious bias, an achievement which will help everyone work together towards WIA's goal of bringing equity to creative leadership in our industry by 2025."

Featured panelists include industry executives and producers from companies like Warner Animation Group, Illumination Entertainment, CANUK Prods., Studio Canal China, Oriental DreamWorks and Walt Disney Animation Studios, as well as artists from all areas of the animation industry.

In addition to the summit, LFA will host a series of breakfast meetings at the Brasserie du Parc over the next four days designed to foster increased awareness and build a better place for women in animation. Each informal meeting will have different selected topics such as women in the Chinese animation industry, women directors in Annecy, and engaged and emerging filmmakers. Highlighted speakers will lead the discussions.

Anecy: ‘Chandasma,’ ‘Dom Fadrique’ Set for MIFA Pitches

Emilio Mayorga

MAY 30, 2017 | 09:42AM PT



Six features projects to unspool at animation market

COURTESY: MIFA

Child soldiers, broken families, breast cancer, British imperialism: the subjects of the six animated feature projects selected for this year's [Anecy International Animated Film Market \(MIFA\)](#) underscore the fact that animation made outside the U.S. these days is anything but escapist entertainment.

One of Anecy's key market sections, its pitching sessions are also often a first sign of new talent hailing now from almost any part of the world. This year, two features from the ever-building world cinema animation scene, Colombia's "Chandasma" and Portugal's "Dom Fadrique," figure among six movie projects to be pitched to buyers, sales agents and potential co-producers in the animated feature project section, at [MIFA](#), which runs parallel to France's Anecy Animation Festival, the world's biggest annual animation meet.

Set up at Colombia's Timbo Studio, whose credits include "Tropical Virus," "Chandasma" centers on Renata, a girl forced to go live with cranky aunt Eva, when her mother falls too ill to care for her. There, she encounters Chandasma, a stray dog that's become a ghost, having lost its memory but gained fantastic powers.

"Chandasma" "aims to combine local and global elements. A good example of this could be the setting of our story: a typical Colombian city, embedded in the heart of the mountains, displaying a mix of rural and cosmopolite features," commented David Restrepo, "Chandasma" director-creator of the film.

Produced by Portugal's Aim Animation Studios, "Dom Fadrique" weighs in as the story of a cat, a dreamer who works in a decaying port town as a bartender and collects messages from bottles washed up on the banks of the local river. While his twin brother – a practical-

minded hard-worker— wants to change things around him, the cat embarks on a journey of discovery. José Cavaleiro (a.k.a. Zepe), helmer of awarded shorts “Candid” and “Ginjas,” directs “Fadrique,” penned by Maria Regina Rodrigues and Cátia Salgueiro.

“Through a lively story and with a sense of humor, [we aim] to touch issues of universal import: The need for personal roots, the desire to travel and for fraternity and companionship, the dilapidation of natural resources and destruction of patrimony and a spiritual urge and desire for political commitment,” the writers said.

Two of the MIFA feature projects are from France, one a piece from Colombia, U.K., Russia and Portugal.

The selection underscores at least two trends. Only 22% of the 78 feature films were submitted from Europe. “We noticed an increase in international applications,” said MIFA projects head Géraldine Baché, adding that MIFA continues to receive projects targeting adults, or young adults, with tough subjects such as war, religion and illness.”

MIFA had some “good surprises, [films] targeting family’s audiences. Most submissions have moderate budgets, many are 2D, cost control seems to be a priority,” Baché added.

Also to be pitched, “Chicago Dream,” a 3D musical is one project aimed at family audiences, the lead characters going off to Chicago to perform a Broadway musical during the Roaring Twenties. Valery Pugashkin produces for Russia’s Artopolion.

From the U.K., “Lollipop” depicts the travails of Eva, an American living in London with her husband and son who is diagnosed with breast cancer. It is directed by Lisa-Marie Russo, a BAFTA nominee for short “The Tale of the Rat That Wrote,” and Gabriella Ditton at Fly Film, producers of Terence Davies’ “The Deep Blue Sea.”

Flying the French flag are “Le Pantalon” and “Allah n’est pas obligé.” Directed by illustrator-filmmaker Caroline Attia-Larivière, the 1980s-set “Pantalon” follows an eight-year-old kid who sets off on a quest across an Ireland under the yoke of British oppression. The writer is Françoise Ruscak whose credits include Season 3 of TV-series “Zou,” produced by France’s Cyber Group.

Illustrator and director Zaven Najjar pitches his feature debut “Allah n’est pas obligé,” which has a similar coming-of-age kick-off to “Chandasma.” Here, after his mom’s death ten-year-old Birahima is forced to leave his native village in Africa’s Guinea to search for his aunt. Birahima becomes a child-soldier after being seized by Liberian rebel forces. Sébastien Onomo produces for Special Touch Studios, which backed Jean-Claude Flamand-Barny’s “Le gang des Antillais,”

Beyond features, Mifa’s Pitching Sessions also embrace short films, TV-series and specials and transmedia projects. Since 2015, it has added a new category, World Animation, covering animation from emerging industries.

Pitching sessions’ selection committee included consultant Jean-Paul Commin, Annemie Degryse at Belgium’s Lumière, and Baché herself, who hosts the pitching sessions. Sessions will be held at Annecy’s imposing lakeside Impérial Palace hotel, the MIFA market center, over June 14-16.

Variety will be publishing E-Show Dailies, its free digital newsletters, during the festival; to subscribe click [here](#) and select “Markets and Festivals.”

John Hopewell contributed to this article

“Lollipop,” (Lisa-Marie Russo, Gabriella Ditton, U.K.)

MIFA 2017 FEATURE FILM PROJECTS:

“Le Pantalon,” (Caroline Attia-Larivière, France)

“Chicago Dream,” (Russia)

“Dom Fadrique,” (José Cavaleiro, Portugal,)

“Chandasma,” (David Mauricio Restrepo, Colombia)

“Allah n’est pas obligé,” (Zaven Najjar, France)

MIFA AT 31: A CHAT WITH MICKAEL MARIN

MIFA head Mickael Marin discusses the evolution of Annecy's animation marketplace and the big changes in store for 2017.

Since 2008, **Mickael Marin** has served as the head of MIFA, the European animation marketplace and pitching forum, which is celebrating its 31st anniversary this year. Under his direction, MIFA has seen ten years of uninterrupted growth and participation has doubled. *AWN* publisher and editor-in-chief **Dan Sarto** spoke to Marin about MIFA's development and what's new in 2017.

Dan Sarto: MIFA continues to grow every year, which is directly related to your exceptional efforts. It's become more and more apparent to people in the industry, especially on the business side, that MIFA is a place they need to be. Can you talk a little about how that came about?

Mickael Marin: Of course it isn't really just my efforts—it's very much about teamwork. But in the 1990s and the beginning of the 2000s, MIFA was more a nice place where you could chat with people, but not really a marketplace. To make it a real market, we worked hard to attract buyers and we also worked to improve and expand the space and the programs we offered.

What is important in a market is to be able to have meetings and make it easy for different categories to meet. If you have people that have projects, you need to put producers and buyers in front of them, you need to create a time and place where producers will be able to meet the right buyers. Also, to help people see where the industry's going, you need to have the best speakers at your conferences.

So, year after year we've been trying to improve the quality of the program. We travel a lot. We visit many, many countries in order to listen, understand what people are expecting. Last year we welcomed around 69 countries.

DS: Are there things this year that are different from last year?

MM: This is a very important year for MIFA because we are making some big changes. The first change is that it's one day longer. Since the creation of the market, it was always three



"As the meeting point of the industry and the arts, MIFA has a huge responsibility."

days, and now it's four. So that's a very big change.

The second change is that, because we have more and more attendees and more and more demand for booths, we built a new 1,000-square-meter exhibition floor. It was kind of a gamble—we were confident we could fill the new space, but it's always a bet, and you never know for sure how it will work out. In the end, it paid off—MIFA is full this year.

The third change is that we moved the conferences to a different building, which means that everything will be in the same place. Now it will be very convenient to go to a conference, even if you don't have a lot of time.

DS: Are there any special highlights this year?

MM: On Tuesday, June 13, we're having the MIFA Campus, which is a series of panel discussions, workshops and other events for students. In particular, we're trying to help students from emerging animation countries in South America, Africa and Asia. We will have some workshops about the industry, some workshops more about the arts, with famous artists. We will also have representatives from the studios, as well as workshops and presentations about artist residencies. The idea is to help them to enter the industry—to understand how to pitch, how to develop their projects, and so on.

Also, because China is the guest country, there will be a

Continued on page 8

June 2017

MICKAEL MARIN

Continued from page 7

huge pavilion with around 15 Chinese studios and there will be a big Chinese party on Tuesday the 13th.

DS: From a strategic standpoint, what does MIFA offer people in the business? Why is it important for somebody to put in on their calendar to attend?

MM: I think that it gives an overview of the industry, and it gives you a kind of business energy that you don't find anywhere else. Thanks to the size of the event, you may encounter anyone or anything from a new director to a new distribution platform. If you have a new project, you can come to meet partners or to find financing. A studio can come to recruit talent. You can come to promote a show or to find a software company with a new tool that you or your head

June 2017

of production will use for your next project. You can find out about trends and new directions that will help you to pilot your company, your project, and all your business.

DS: Anyone who has ever attended Annecy knows how special it is. Can you explain what makes it such a unique venue?

MM: When people come here, they discover an atmosphere that they won't find anywhere else in the world. Here, everybody speaks the same language—they understand the arts, and they understand how difficult it is to create and produce great animation. We feel that MIFA is the meeting point of the industry and the arts, and that we have a huge responsibility. That's why we always need to see what we can do to improve the market and find new ways in which we can help. 🌍

8

Animation World Magazine



MADE IN CHINA: ANNECY 2017 SPOTLIGHTS CHINESE ANIMATION

ICE ORANGE OFFERS EXCEPTIONAL PRODUCTION SUPPORT

Established by graduates of Shenzhen's Institute of Digital Media Technology; CG production studio helps clients manage global outsourcing.

BY WILLIAM WELTE

Ice Orange Studio was established in 2013 with the objective of providing world-class, professional animation production management in the form of a control system and production pipeline to the Chinese animation industry.

The founders of Ice Orange Studio have years of experience working in computer-generated animation, and many of them worked on the first major Chinese computer-animated feature, *Thru the Moebius Strip*. They all are graduates of the Institute of Digital Media Technology (IDMT) in Shenzhen.

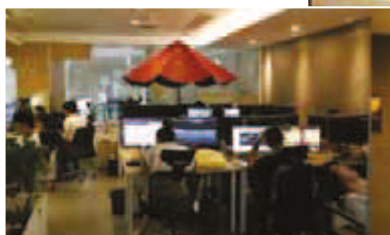
After working on a variety of animation projects since the early 2000s, they gradually began to pivot toward production control and support, with an emphasis on creating a system that can provide their clients with cloud-based, up-to-the-minute, real-time production information anywhere on the globe.

Today, Ice Orange continues to provide CG production services, in addition to helping clients manage their production and pipeline for outsourcing their works to studios throughout the world. Ice Orange clients have included many Chinese studios, producers and filmmakers. For more information visit www.iceora.com. 

The friendly and highly experienced Ice Orange team provides CG production and production management services.



IMAGES © ICE ORANGE





MADE IN CHINA: ANNECY 2017 SPOTLIGHTS CHINESE ANIMATION

XANTHUS BREAKS NEW GROUND IN CHILDREN'S ANIMATION

With their Pokémon-inspired Dragmon, Shanghai's Xanthus Animation Studio fuses classic Chinese design with coming-of-age adventures.

BY WILLIAM WELTE

Founded in 2011, Shanghai-based Xanthus Animation Studio is a development and production company involved in original animation development, distribution and promotion, and commercial production and licensing for television, film, and interactive media.

Xanthus' recent projects include the animated television show *Yameme*, work on the mobile game *Final Fantasy: Agito* for publisher Square Enix, visual effects for the film *OPEN! OPEN!*, as well as several short films and animated commercials.

With a highly experienced staff drawn from studios like The Walt Disney Company, Oriental DreamWorks and Lucasfilm, and a growing resume of Chinese culture-inspired projects, Xanthus is one of the companies at the forefront of a passionate new wave of Chinese animation production.

Animation World had the opportunity to sit down with Xanthus Animation Studio's cofounders, President Liu Chang and Executive Director Chen Jiong, to discuss their animated franchise *Dragmon*, their biggest influences, and future directions.

AWN: Can you tell us a bit about the conceptual and design influences on *Dragmon*?

Chen Jiong: *Dragmon* is an adventure story about the descendants of the dragon king and his ninety-nine mythological creature friends in the world of mankind. It creatively depicts the concept of the dragon totem. These fantastic beasts each have various fighting techniques and a modern design aesthetic that draws heavily on the various mythological creatures found in the traditional Chinese fairy tale *Shan Hai Jing*.

Liu Chang: For example, we added design references to the mythological nine sons of the dragon and use traditional Chinese patterns, like the taotie motif or that found on the Eaves Tile with Rolling Cloud Design, an excavated artifact.

"We wanted to convey the passion and excitement of friends having adventures together."



Chen: In this way, the characters and story are quintessentially an expression of Chinese culture. For us, it is a way to preserve and respect these traditions.

Liu: My partner and I both studied in Japan, where we developed a deep fondness for Japanese animation. We were inspired by Pokémon and, with *Dragmon*, we wanted to create a story with similar friendship and coming-of-age themes. We wanted to express the sort of passion and excitement found when friends have adventures together and fight alongside one another, the kinds of situations that cause the bonds of friendship to grow stronger.

AWN: You've stated that *Dragmon* is not a one-off production, but is actually a multi-platform franchise. What formats will you be using to tell the story?

Chen: The *Dragmon* franchise includes an animated television series and four theatrical features, and we are also



The Dragmon franchise will include a TV series, four theatrical features, and licensed works.

preparing our intellectual property for licensed works. We are working with Yamato Works of Japan on IP incubation. We will also work with teams in Japan and Taiwan to exchange culture and technology.

AWN: Tell us a little more about Xanthus. What do you see as your overall influences and advantages?

Liu: Xanthus is focused on content development and production. We have a complete pipeline, from pre-production, to production, to IP development, to marketing and distribution. We integrated resources and staff from the previous children's animated television series *Bodhi and Friends*, which we consider a great advantage for the production of *Dragmon*.

Chen: Our team and company are still very young. We are very inspired by Japanese and American animation. Our specific influences include *Doraemon*, *Chibi Maruko-chan*, *Superman*, and *Spider-man*. We believe that *Dragmon*, and Chinese animation in general, will be major players in the future animation market.

AWN: There seems to be a preference in the Chinese market for older-skewing entertainment. Why did you decide to focus on children's entertainment?



Liu: We believe that a good product does not only provide personal value, but also has a mission to achieve. Our goal is to affect the broader Chinese animation market. Currently, the Chinese children's animation market lacks high-quality content. Xanthus wants to fill that space.

Chen: I'd like to add that, although *Dragmon* is for children, we hope that—like *Pokémon*—it will be a product that transcends age boundaries. We are devising a merchandising strategy incorporating products for a variety of age groups. 🍷

VARIETY

GKids' Founder Eric Beckman Champions Independent Voices in Animation

Nick Clement



JUNE 8, 2017 | 09:00AM PT

COURTESY OF GKIDS

Eric Beckman, founder and head of GKids, looks at animation in a different way than many of his contemporaries. This has made his independent distribution outfit a popular destination for filmmakers who are interested in telling complex stories with a more handmade approach to animation.

This story first appeared in the June 06, 2017 issue of Variety.

“We love what we do at GKids, and much of our passion is born out of the people we choose to work with,” says Beckman, who is receiving the Mifa & *Variety* Animation Personality of the Year Award at Annecy along with Gebeka Films’ Marc Bonny.

This year, the GKids slate includes “The Breadwinner” and “Birdboy: The Forgotten Children.”

Founded in 2008, GKids rose in stature in 2010 when “The Secret of Kells” received an animated feature Oscar nomination, joining the likes of studio pics “Up,” “The Princess and the Frog,” “Coraline” and “The Fantastic Mr. Fox.”

“The extraordinary success of ‘Kells’ really helped us, both with profitability and exposure,” Beckman says. “We did a guerrilla marketing campaign in Los Angeles, and we were stunned on nomination morning. You never forget your first.”

GKids followed that up two years later with nominations for “Chico and Rita” and “A Cat in Paris,” which would mark the first time that an independent distributor would receive dual Oscar nominations in the animation category in the same year. The company’s “Ernest & Celestine,” “When Marnie Was There,” “Boy and the World,” and “My Life as a Zucchini” have also all received Oscar nominations.

GKids, an acronym for Guerrilla Kids Intl. Distribution Syndicate, is based in New York and that immediately separates it from the rest of the pack.

“I love New York. I grew up here and have ties to the city and I love the vibrancy. I’m an insomniac so it’s the perfect city,” Beckman jokes. He adds that they wanted to “capitalize on the indie film scene that was born here in the ’90s” and to keep that “sense of energy.” They’ve become the North American outlet for Studio Ghibli, which is something that Beckman is extremely proud about, having handled theatrical releases for “From Up on Poppy Hill,” “The Tale of the Princess Kaguya” and “When Marine Was There.” “We have a great relationship with them, and they are amazing filmmakers. I feel a kinship towards their work, whether it’s warranted or not, in that their films are meaningful and everlasting. You feel the passion, and informed audiences recognize that,” Beckman says.

And when discussing the future of animation, Beckman is very optimistic.

“I’m thrilled about the business both creatively and from a business side. I want to see an animated film win best picture at the Oscars. We can make films that are as photo-real as any live-action production, and we also have the ability to create a more challenging, abstract viewing experience. It’s the best of both worlds and I’m particularly excited to see where the industry takes us.”

Beckman also gave Variety a list of his favorite animated features.

“The Tale of the Princess Kaguya”

A staggering masterpiece. Isao Takahata captures all the pain and joy and tragic beauty of what it means to be alive together on this planet for a short time, the necessity and urgency of love, the impossibility of saving those you love.

“Snow White and the Seven Dwarves”

A near-perfect movie and after 80 years, a still-unrivaled achievement in filmmaking. There is not a wasted moment.

“Nausicaa of the Valley of the Wind”

Princess Nausicaa is my role model for how to be a human — she is strong and vulnerable, she kicks ass but has deep empathy, she cries about the beauty of nature. The scene where she lets Teto bite her hand says it all. (And the god warriors are also about the coolest things ever animated.)

“Yellow Submarine”

This was my favorite movie growing up. (I saw it upwards of 15 times.) I love the music, the psychedelia, all the different animation styles, the message of love, the blue meanies, the Glove.

“Kirikou and the Sorceress”

A poetic marvel. The opening scene where Kirikou demands to be born is pure genius. (This film also needs to be credited for kick-starting the resurgence in European animation, without little Kirikou, none of us would be here.)

“Sita Sings the Blues”

I am just going to quote Roger Ebert, who sums up my feelings perfectly: “I am enchanted. I am swept away. I am smiling from one end of the film to the other.” (The fact that Nina Paley made “Sita Sings the Blues” all by herself is remarkable.)

“The Secret of Kells”

Tomm Moore’s “The Secret of Kells” was the first movie GKids licensed and you never forget your first. It is an amazing film: The character of Aisling, the song “Pangur Ban,” the Viking attack on Kells ... every frame is a work of art.

“The King and the Mockingbird”

The fluid surrealism reminds me a bit of Max Fleisher or Ub Iwerks: elevators are beetles attached to telescoping antennas, buildings hang like barnacles from gargantuan pillars, the King’s throne turns into a bumper car ... it’s fun and inventive but has a dark undercurrent.

“Mind Game”

This film is an explosion of unconstrained expression, rapid fire associations mimic the thought process, like Masaaki Yuasa’s brain splattered onto the screen in all its goopy glory. It makes other animated films look tame. Yuasa took a budget limitation and turned it into an asset. You couldn’t make this film for twice the money.

“My Neighbor Totoro”

Ahem. In the Ghibli Museum in Japan there is a soft furry Catbus that small kids get to climb inside of. They have to take their shoes off first. I want a Catbus to climb in too! Please??? (I know this isn’t technically “my impression of the film,” but if you need to know why “Totoro” is a wonderful film you probably aren’t reading this.)

Beckman notes: Picking my favorite films is like picking my favorite food; it depends what you are in the mood for. So on a different day this could just as easily be the list: “Akira,” “The Incredibles,” “Toys in the Attic,” “Ernest & Celestine,” “Castle in the Sky,” “Dumbo,” “Paprika,” “Summer Wars,” “The Lion King,” “The White Mare.” Also, it saddens me that only one woman director is represented in this group. Women need to make more movies. Men need to step aside and let women make more movies. We are all so much more impoverished that this isn’t the case.

As told to Nick Clement

Want to read more articles like this one? [SUBSCRIBE TO VARIETY TODAY.](#)

Folivari, Studiocanal Link on ‘Ernest & Celestine’ Sequel ‘Samsam’ (EXCLUSIVE)

John Hopewell
Chief International Correspondent
@john_hopewell

JUNE 11, 2017 | 11:00PM PT



Wild Bunch boards ‘Summit of the Gods,’ from Julianne Films and Folivari COPYRIGHT: FOLIVARI

ANNECY, France — [Didier Brunner’s Folivari](#) and [Studiocanal](#), two of Europe’s major animation forces, have signed a joint development deal for a sequel to the Academy Award nominated “Ernest & Celestine,” as Studiocanal has also boarded “Samsam, the Smallest of the Great Heroes,” produced by Dandeloo and Folivari.

Both deals would see the titles, when they move into production, being sold internationally and distributed domestically in France by Studiocanal, a Folivari-Studiocanal arrangement already in place for the anticipated “The Big Bad Fox and Other Tales,” an anticipated animated feature that world premieres at this year’s Annecy Festival.

In a separate move for Brunner whose movies — which take in “The Secret of Kells,” Michel Ocelot’s “Kirikou” trilogy and “BelleVille Rendez-Vous” — have scored five Academy nominations — Wild Bunch has boarded “The Summit of the Gods,” handling international sales and domestic distribution in France. Adapting a celebrated manga series illustrated by Jiro Taniguchi, the big climb animated feature which looks to expand the boundaries of animation, is lead-produced by Jean-Charles Ostorero’s Julianne Films in co-production with Folivari.

With six animated features in development, production or co-production, and a parallel TV production line which includes “Ernest & Celestine, The Collection,” “Samsam” and now “Stinky Dog,” the Brunners — Didier and son Damien — have built up Paris-based Folivari in the space of three years into a formidable force on the upscale European animation scene.

In an animation business where it costs money, huge effort and success to create a brand new but well-known intellectual property, a second "Ernest & Celestine" movie sees Folivari and Studiocanal effectively enter the franchise business with Ernest, a gruff but golden-hearted bear, and his best friend, Celestine, a spirited mouse.

The development also marks a further strengthening of the relationship between Studiocanal and another key animation company in Europe as the Vivendi company pursues its "Paddington" franchise with David Heyman and production alliance with Aardman Animations.

Lit by the warm glow of a bias-breaking relationship and its 2D aquarelle style palette, the original 2012 "Ernest & Celestine," saw the two creatures brave the wrath of local bear and mice communities alike with their friendship.

Scoring a 96% positive critics' rating on Rotten Tomatoes, it notched up 1.3 million cinema-theater ticket sales in France – about \$9.4 million in gross box office, very good box office for a non-3D CGI animation movie, Brunner commented. It was also very successful on DVD, he added.

In the second movie, Celestine becomes curious about Ernest's origins. Together, Ernest and Celestine set off for Charabia, where Ernest grew up, visit his oldest, childhood friend and have an adventure in Ernest's homeland.

The new film will have the same techniques as the TV series, Brunner said: Character modeling in 3D and rendering in 2D animation.

"Samsam, The Smallest of the Great Heroes," on which Folivari is in negotiations for Studiocanal to also co-produce the feature, already enjoys the popularity of two TV seasons broadcast on French TV channel Gulli. Introduced at 2016's Cartoon Movie and targeting tiny tots, the movie turns on the same character, Samsam, a weeny superhero who battles to rescue his pen-friend Daisy, who gets kidnapped, and convert the maudlin Gloomies into Grinnies. Directed by Tanguy de Kermel, with animation provided by Mac Guff, "Samsam" is written by Jean Regnaud, who penned "Ernest & Celestine, The Collection." Production will commence before the end of the year, with the aim of delivery in late 2019, Brunner said. The movie will be made in parallel with a Season 3 of the TV series, produced by Bayard and Folivari, he added.

Turning on two Japanese climbers who attempt the impossible, to scale Everest in winter without oxygen, "The Summit of the Gods" adapts a celebrated manga series written by Baku Yumemakura and illustrated by Japan's Jiro Taniguchi who died this February, causing Guillermo del Toro to tweet that "Taniguchi was a manga poet. The Kieslowski of the page. A serene, profound observer of the world."

Brunner said that, to celebrate Taniguchi, "The Summit of the Gods" would be "really in 2D, the closest to his design."

Conrad Anker, who scaled Meru, a Himalayan peak thought impossible to climb, as recorded in the Sundance-prized documentary "Meru," is willing to act as a technical consultant on "The Summit of the Gods."

Animated comedy TV series "Stinky Dog," now in development, turns on two street dogs and a flat cat. "The stinky dog is a little stupid, but always right in his premonitions. He has great instinct, if little intelligence," Brunner observed. Headed by Jean-Baptiste Wery, Emmanuelle Petry Sirvin and Cedric Babouche, Dandeloo, which already distributed the 26-part "Ernest & Celestine: The Collection," will lead-produce with Folivari and France Televisions. They are currently making a teaser, six scripts and a graphic bible. Jean Regnaud ("Ernest & Celestine, The Collection") and Vincent Patar and Stéphane Aubier, directors of "Ernest & Celestine," are writing.

"Co-production is a way of making many productions and sharing the work, making it lighter," Brunner said. Folivari's ambition is to make one animated feature a year, and to work on "singular or original" TV productions, such as "Stinky Dog," or "Ernest & Celestine, The Collection," he added.

His ambition remains, as at Les Armateurs, which he ran from 1994 to 2014, to make "high-quality films and TV with directors who bring an auteurist direction," he went on.

World premiering Thursday as a special event at Annecy, "The Big Bad Fox and Other Tales," on which word is good, marks Benjamin Renner's follow-up to "Ernest & Celestine," adapting his comic-books: "The Big Bad Fox," "A Baby To Deliver" and "Saving Christmas," featuring a weedy fox, a cack-handed rabbit, a naive duck and a eminently practical pig.

"It's a very, very funny film. It's like candies, great entertainment. I'm sure it will work with children," Brunner said.

In other news, Haut et Court, the prestigious French producer-distributor, has boarded "Pachamama" and will distribute the film in France, where, among animation titles, it has released "Song of the Sea" and "Yellowbird." Simon Crowe's SC Films has acquired international sales rights to the Inca-period set adventure, "the first animation film ever made about the Conquest of America, as seen from the point of view of the natives," said its director, Argentina's Juan Antin ("Mercano").

Producers are now Folivari, O2B Films, Doghouse Films (Luxembourg) and Canada's Kaïbou Productions, which co-produced "The Little Prince," and Blue Spirit Studio and Haut Et Court Distribution.

The awaited "My Family and the Wolf," to be directed by Adrian Garcia from Headless, which handled the animation sequences on J.A. Bayona's "A Monster Calls," is now casting. An 85%-90% live-action feature, with the wolf in CGI, it is scheduled to go into production in the summer of 2018, produced by Christine Ponzevera's Paris-based Nectarious Films and Folivari. It is backed by avance sur recettes seed money from France's CNC film agency. The cast will most probably be mainly French, Brunner said. The producers are also carrying out location work for a coast-set shoot.

At Bordeaux's Cartoon Movie in March, Folivari presented "The Nazis, My Father and Me," which now has a completed screenplay and trailer and aims to initiate production first half 2018.

VARIETY

Annecy: TeamTO's 'Take It Easy Mike' Scores Greenlight with France Televisions, Super RTL Deals (EXCLUSIVE)

John Hopewell

Chief International Correspondent
@john_hopewell

JUNE 11, 2017 | 11:00PM PT



Broadcasters, producers enthuse at photo-realism of canine comedy

ANNECY, France — [TeamTO](#), one of Europe's most dynamic CGI studios, has greenlit comedy TV series "Take It Easy Mike," a milestone in its CGI imaging, after scoring lynchpin pre-sales to top European TV networks France Televisions for France and to Super RTL for Germany.

Currently in pre-production, delivery on "Take It Easy Mike" is now scheduled for 2018, broadcast for early 2019. Outside France, Germany and China, "Take It Easy Mike's" worldwide distribution is handled by kids' entertainment specialist Cake.

A dialogue-free, slapstick comedy from the creators of TeamTO's "Oscar's Oasis," another non-verbal propulsive action show, "Take It Easy Mike" is directed by Franz Kirchner, who helmed TeamTO's "Angelo Rules" (Series 1 and 2) and "Rabbids Invasion," and Antoine Bouron, a director on "Rabbids Invasion" and "Les Petites Betes." Canada's Digital Dimension co-produces "Take It Easy Mike."

Described by TeamTO as "Tom & Jerry' meets silly pet videos," it turns on Mike, a refined pug with boundless energy and sophisticated tastes who's dead-set on seducing the neighbor's lovely dog Cindy. But his best laid plans go awry – thanks to the inopportune appearances of a bunch of trouble-makers: Freddy and Mercury, racoons, Fluffy the cutest kitten, and a turtle trio – all causing unforeseen twists and turns.

Mike is at the center of the action, and dog protagonist shows tap into a near universal appeal.

“As Lorient, one of the most famous German cartoonists and humorists already said: ‘A pugless life is possible, yet pointless.’ We fully agree,” said Carsten Göttel, Super RTL's program director.

But one of the show's stars – and what really sets it apart and has certainly got TV networks and TeamTO excited – is its photo-realism, fruit of TeamTO's decade-long push to improve the quality, costs and speed of its physical animation.

“Few series can boast of revolutionizing a genre. That is exactly what TeamTO has done with ‘Take it Easy Mike,’ achieving what until now has been unimaginable in a TV series: They have created a world of animated characters that look genuinely real,” said Pierre Siracusa, director of animation at France Televisions.

He added: “The level of hyperrealism attained in this series radically changes our expectations of traditional animation, opening a whole new world of possibilities for developing characters, the richness of the expressions, and even the scope of physical gags.”

“From a creative standpoint, we have been able to stretch the boundaries of animated comedy beyond anything we have done before, thanks to the technical sophistication of this photorealistic production. It has been a real breakthrough for our studio,” said TeamTO president Guillaume Hellouin.

Hellouin stressed that the photo realistic technology used in the “Take it Easy Mike” series is not new as it's already been used in special effects films for many years. But what is new with the series is that it will be used in a 78-episode TV series at a TV series market cost. Also, the use of that realistic imaging in a slapstick cartoon has never been seen in animation so far, he said.

VARIETY

Anecy: European Animation Awards Bow Dec. 8 in Lille, France, Set 16 Categories

By John Hopewell, Jamie Lang

JUNE 12, 2017 | 08:12AM PT

The Emiles,



the first-ever kudos ceremony for European animation, celebrate craft skill sets, and the sector's robust growth

PHOTO: LORENA JARAMILLO

ANNECY, France — Deeply inspired by the Annie Awards, the first-ever [European Animation Awards](#) will take place on Friday, Dec. 8 at Le Nouveau Siècle congress center and theater in central Lille, northern France.

The date will allow companies, if obliged or interested, to attend the European Film Awards one night later in Berlin, said Jean-Paul Commin, EAA secretary general.

Aiming to highlight and celebrate not just the best animation features and TV shows of the year but also the key collective crafts vital to the sector, the Emile Awards – as the plaudits are also known, after and – will offer prizes in 16 categories. Though statues will be handed out to Best Feature Film and Best TV/Broadcast Production, the kudos range wide and far to take in background and character design, character animation, storyboard, soundtrack and writing. European Animation Awards will also be given in both film and TV.

“As a professional who has worked his whole life in this glorious industry, I am very aware of the huge ocean of talents which exists – of animators, designer, sound designers and dozens more, and not excluding directors of course, whose work is seldom celebrated,” said Peter Lord, European Film Awards chairman in a statement read out by Jean-Paul Commin, EAA general secretary, at an EAA presentation at the Annecy Festival on Monday.

Lord added: "We intend to start today the work of recognizing these creative people working in large studios, artisan workshops and indeed in bedrooms across the continent."

"We are trying to give visibility to not only directors but writers and to show people behind a project in a sector where teamwork is vital. "A live action movie shoots 6-12 weeks. Animators can work together for two-to-three years," Commin added.

Three selection committees, appointed by the festival board, will select nominated titles, one for each of the sections of short and graduation films, features, and TV and commissioned films. Each committee will have three members with three titles nominated in each category. "It's not a lot, and maybe in the future we can expand to four or five," board member Olivier Catherin said at the Annecy press conference.

For the first edition, submitted films must have been produced between January 2016 and July 2017, with future editions having only a one-year window of production.

Submissions must be made by producers over July 1-31. That window will be widened in the future. The selected films will be announced around Oct. 15 with voting taking place from Nov. 1.

The European Film Awards will also grant a Lotte Reininger Lifetime Achievement Award, whose recipient has still to be decided.

The inclusiveness of the Emiles, one of their hallmarks, also stretches to membership, where the EAA aims to court members from across its 42 countries, taking in companies from the most mainstream to one-man bands. "In Europe we estimate up to 25,000 people are involved in animation," noted Commin, when asked if students could apply for membership. "We feel if people are motivated enough to attend an animation school, they should have a word to say, and the word is their vote."

In addition to personal memberships, companies and associations can become members, with the former being allotted three votes.

The choice of Lille is no coincidence. It is the capital of Hauts-de-France region, a highly active regional hub for film, TV and the audiovisual in general. Near the border with Belgium, it is one hour by train or car from Calais and Paris, an hour-and-a-half from Brussels.

Lille is also at the heart of Europe's golden triangle for upscale animation co-production taking in France, Belgium and Luxembourg, which all have producers, co-production partners and tax break.

First-phase sponsors and partners for the first Emile Awards (European Animation Awards) include Pictanovo, the film-TV-audiovisual support arm of French region Hauts-de-France, as well as Hauts-de-France itself, a highly active regional hub, both of whom have backed the Emile Awards from day one, said Commin. Hauts de France is home to a dozen-or-so cartoon production companies and gaming-comicbook giant Ankama, which has moved forcefully into animation, world premiering its second feature film, "Mutafukaz," at Annecy.

Other heavyweight backers include, crucially, France's CNC film-TV board, and Studiocanal, one of its prime movers in animation and a partner of Aardman Animations, David Heyman's "Paddington" movies and Brunner's Folivari, on a project-by-project basis. Also on board as sponsors are Toonbom,

TV Paint, a 2D bitmap software company, Imaginove, the French Rhone-Alpes region digital content cluster, the French Animation Producers Assn. (SPFA) and Luxembourg's Federation of Animation and Virtual Image Trades (FMAIV).

Private-sector backing for the Awards is "coming together in a ice way," Commin said at Annecy.

In an immensely fragmented production sector, even Europe's biggest animation companies are small by comparison with the U.S. So it will take time for the EAA to attract a large membership, said Commin. But the European Animation Awards now have the minimum backing necessary to launch this year, he added.

The EAA have also tapped ambassadors to represent them in 30 of the 32 territories targeted.

It is also time to celebrate Europe's animation sector as it experiences vigorous growth in some countries, Commin insisted. In France alone, which has 25-plus film schools, the animation sector can expect a 30% increase in total employee income in the next few years, the SPFA announced recently.

Animation is also building across much of Eastern Europe.

EMILE EUROPEAN ANIMATION AWARDS: THE CATEGORIES

Best Student Film;

Best Commissioned Film;

Best Animated Short Film;

Best Background and Character design in a short film production;

Best TV/Broadcast Production (Director);

Best Character Animation in a TV/Broadcast Production;

Best Writing in a TV/Broadcast Production;

Best Background and Character design in a TV/Broadcast Production;

Best Storyboard in a TV/ Broadcast Production;

Best Soundtrack in a TV/Broadcast Production;

Best TV/Feature Film (Director);

Best Background and Character design in a Feature Production;

Best Character Animation in a Feature Production;

Best Writing in a Feature Production;

Best Storyboard in a Feature Production;

Best Soundtrack in a Feature Production.

Annecy 2017: Five things to look out for

12 June, 2017 | By Geoffrey Macnab



From women in animation to hot debuts, *Screen* previews the festival.

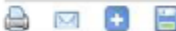
The Annecy International Animated Film Festival (June 12-17) opens today. *Screen* runs through five key things to look out for.

1. KEY DEBUTS

Annecy will host first-look footage of Pixar's upcoming title *Coco* (pictured) and showcase the world premiere of Universal's *Despicable Me 3*, two of the most anticipated animation movies of the year. The level of buzz will be telling.

At the other end of the financial spectrum, the festival will host the premiere of Dorota Kobiela and Hugh Welchman's *Loving Vincent*, which is billed as the world's 'first fully-painted feature film'. The biopic of Vincent Van Gogh was made by 125 painters producing more than 60,000 oil paintings. In advance of the Annecy premiere, the film's trailer racked up 2.6m views on YouTube.

Share Tweet



RELATED ARTICLES

- > **Annecy unveils 2017 line-up**
25 April 2017
- > **Disney animation legend Glen Keane on his Kobe Bryant film**
12 June 2017
- > **Douglas Booth, Saoirse Ronan-voiced 'Loving**

MOST POPULAR MOST COMMENTED

- > Oceanside Media boards 'The Blood Spoon Council'
- > Luc Besson talks 'Valerian', the biggest cinema gamble of 2017
- > Kevin Bacon says the 'Tremors' reboot is heading to Syfy channel
- > London Screenings 2017: which films stood out?
- > UK distributor Trafalgar Releasing reveals structure and growth plan

RELATED JOBS

Head Industry Zurich Film Festival
Competitive

Head Industry Zurich Film Festival
Competitive

Head of Marketplace
Competitive

SENIOR EDITOR - ONLINE & FESTIVALS
Competitive

Post Producer
Competitive

Post Producer
Competitive

FIND MORE JOBS

2. WOMEN IN ANIMATION SUMMIT

Women are estimated to have well over 55% of the production management jobs in the global animation industry but less than 30% of the creative jobs. Pressure group Women In Animation (WIA) has set a target of 50/50 gender balance in "creative leadership roles" by 2025.

Annecey is hosting the first ever "women in animation" summit (June 12), which will be exploring "unconscious bias" in the industry.

"My experience is that it is not an obvious, overt bias but if you look at the numbers, there are so many women that study animation and aspire to be part of the industry – probably on average 60-65% of student bodies are female – and yet when you view the numbers in the creative world in the industry, it is only in the 20s [in percentage terms]," says one of the speakers at the event, Marge Dean, general manager and supervising producer at US outfit Stoopid Buddy Stoodios (*Robot Chicken*).

Dean's own experiences are instructive. She studied experimental film and video and might have pursued a creative career. "But I was steered away from going into the creative [world] and guided and supported to go toward production management."

"We need to attack it from all different angles. In Los Angeles, we have tremendous support from the studios," says Dean. "We are working with them to figure out ways to facilitate the growth of women in creative roles. Our main push for diversity across the board is that it will make animation better; it will make our storytelling better and it will make our culture better."

3. CHINESE PRESENCE

China is Annecey's 'Guest Country' and throughout the festival new Chinese animation will be foregrounded and there will be opportunities for delegates to learn about funding, coproduction and distribution opportunities in the Chinese market. The festival programmers are talking up the 'new generation' of Chinese animators and will showcase some intriguing new work from the country.

Among highlights will be *Tea Pets*, the latest feature from Gary Wang's Beijing-based animation outfit Light Chaser, which is billed by some as 'the Pixar of China'. Screening out of competition, this is a yarn about the figurines that are 'pets for tea drinkers'. When they have tea poured on them, their colour changes. The film follows one of the 'tea pets' on a journey into the future with a little robot.

Annecey is also presenting *Princess Iron-Fan*. Made in 1941 at the height of the Second World War by the Wan brothers, this is a rarity from the archive and it is billed as the first ever Chinese animated feature. Influenced by Disney (the directors had seen and been bowled over by *Snow White*), it's an epic tale about travellers heading west in search of a sacred Buddhist text.

One film which was due to screen but now won't is edgy Berlin entry *Have A Nice Day* which has been withdrawn following Chinese government pressure.

4. SONY, GLEN KEANE MASTERCLASSES

Among hot tickets will be the keynote by Sony Pictures Animation president Kristine Belson (*How To Train Your Dragon*), who oversees the development and production of all films in the division.

The former DreamWorks Animation and 20th Century Fox executive will share her career path from story analyst to Oscar-nominated producer and detail her development process and vision for the studio, which is upping its output from one feature every 18 months to three feature films, two series, a short and a direct to video in 2017 alone.

Also of interest will be the keynote from Glen Keane, one of the towering figures in recent animation history, whose credits for Disney include *The Little Mermaid*, *Tangled* and *Pocahontas*. He will be in Annecey to give a masterclass and to present his new film, *Dear Basketball*, on which he collaborated with former NBA star Kobe Bryant and composer John Williams.

5. VR@ ANNECEY/GOOGLE SPOTLIGHT

One treat in store from Google Spotlight and the UK's Passion Pictures in the festival's VR sidebar is the 360-degree interactive VR pop promo *Saturnz Barz* from band Gorillaz.

Google Spotlight Stories will also have a sneak preview of part of its new Mexican wrestling themed VR short directed by Jorge Gutierrez, and a work-in-progress screening of its immersive, experimental short, *Sonaria*, directed by Scot Stafford and Kevin Dart.

"Annecey is just animation paradise," enthuses Karen Dufilho, executive producer at Google Spotlight. "You're walking around the streets. There are students next to you and Bonnie Arnold [president of feature animation at DreamWorks Animation] commingling...over the long run, the conversations you start at Annecey, you finish elsewhere."



Ex-Gaumont president starts prodco

ANNECY: The former president of Gaumont Animation has re-emerged with his own production company, which will focus on animation and live-action series.



Pierre Belaisch

Pierre Belaisch revealed he was leaving the French animation giant after six years in June last year following the appointment of LA-based Nicolas Atlan as Gaumont president of animation.

He had been due to report to Atlan at Gaumont and focus on European series, but decided to step down instead and has now launched his own company called Bee Prod.

Belaisch, who was MD of programming and schedules for Lagardère Active's TV division prior to joining Gaumont, is self-financing his fledgling firm and has started recruiting. Justine Huynh has already been named as a producer at Bee Prod, having worked with Belaisch on Gaumont animation Calimero.

Belaisch told C21 that Bee Prod would "aim to develop mainly animation but we have also designed and created a kind of live-action show because we want to do some fiction series too, but not of the regular type."

Jinko (26x10') is a live-action series featuring a dog that inadvertently becomes a hero by saving people and other animals.

"It's narrated and could be localised with a celebrity as a narrator in every country," Belaisch added.

Also on the development slate is Roboats, described as "The A-Team but in a Transformers boat." The animation is being coproduced with South Korean prodco Petit K World International and a pilot is being readied to be presented at Cannes market MipCom in October.

A network is yet to be attached, although Belaisch said there had been "great interest" from a "major French broadcaster."

"This is a great opportunity for us to start something that has licensing and merchandising potential, but it can also connect with renewable energies so it's not just a toy," he added.

"This will be an international property, it is definitely for the world – oceans cover 70% of the planet so it really touches everyone."



Richard Middleton
13-06-2017
@C21Media

SECTIONS: C21Kids
TACS: company launch
GENRES: Animation, Children's
SHOWS: Jinko, Roboats
PEOPLE: Nicolas Atlan, Pierre Belaisch
COMPANIES: Bee Prod, Gaumont Animation
COUNTRIES: France

Tweet

0

Share



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.
Take the tablet!



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

ALSO ON C21MEDIA TODAY

FNG unveils French VoD service
Senior execs bolster Three Arrows
Vimeo ditches SVoD plans
HBO prescribes Dr Dre doc
Snapchat, Vertical go on second date
Syfy, Kevin Bacon feel Tremors
Billy Goes North to UK's Blaze
MGM shakes up team, adds CBS alum



Imira tallies pre-Annecy sales



Vroomiz has been picked up by Netflix

ANNECY: Spanish kids and family producer-distributor Imira Entertainment has struck a string of content deals with Netflix, Disney, Turner and Nickelodeon.

Netflix has picked up a number of series from the firm in the run-up to the MIFA **Annecy** animation festival in France, including three it represents from Korean studio SAMG: Vroomiz, MiniForce and action-adventure show Power Battle Watch-Car.

The US streamer has also acquired Imira-produced Lucky Fred, Lola & Virginia and Sandra, the Fairytale Detective.

Disney, meanwhile, has picked up all four seasons of Tuba's non-dialogue slapstick comedy Larva for Latin America and the Caribbean.

Turner has acquired Calm Island's Badanamu and SAMG's Vroomiz for Italy; and Nickelodeon is expanding its previous multi-territory acquisition of Larv, and adding more seasons for Spain and Portugal plus Portuguese-speaking Africa.

Imira has also sold a 14-title package to free TV channel Tuty Broadcasting in the Czech Republic and Slovakia's and has closed a 10-title deal with Buongiorno for its KidsInMind App platform.

Imira is at **Annecy** with new titles including comedy adventure Smighties (39x7'), based on a group of small but mighty heroes who live in a colourful fantastical world, produced by Toonz Media Group and Herotainment; Gummy Bear (52x11'), a series based on the internet sensation and produced by Google, Toonz and Gummibar International; and preschool series YoYo (52x7'), from Showlab.



C21 reporter
13-06-2017
©C21Media

SECTIONS: C21Kids
GENRES: Animation, Children's
SHOWS: Lola & Virginia, Lucky Fred, MiniForce, Power Battle Watch-Car, Sandra The Fairytale Detective, Vroomiz
COMPANIES: Disney, Imira Entertainment, Netflix, Nickelodeon, Turner
COUNTRIES: Italy, Latin America, Spain, US

Tweet

0

Share



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.

Take the tablet!



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

ALSO ON C21MEDIA TODAY

- FNG unveils French VoD service
- Senior execs bolster Three Arrows
- Vimeo ditches SVoD plans
- HBO prescribes Dr Dre doc
- Snapchat, Vertical go on second date

Home > Features > Animation renaissance



Animation renaissance

As the 2017 **Annecy** International Animation Film Market (Mifa) got underway in sweltering heat, Richard Middleton found an industry playing it cool over its future.



Guillermo del Toro's Trollhunters is headed for a second season on Netflix

It's fair to say Guillermo del Toro doesn't think much of the way the world is being run right now.

"It's truly a fucked up time," said the Mexican director, who was in town for the 2017 **Annecy** International Animation Film Market. Thankfully, he was clear that things look rather brighter for the animation business.

Del Toro (Pan's Labyrinth) is behind Netflix's fantasy-adventure animation Trollhunters, which is produced by DreamWorks Animation and was handed a 13-part second season earlier this year. Streaming services have clearly revolutionised how children watch their favourite shows, causing countless headaches for linear network execs, who are now busily siphoning off funds for their online services.

But Del Toro, like many of the execs, animators and buyers here in France, said technological changes are presenting numerous opportunities.

"You see the values and definitions of success can be a lot more ample than simply ratings or money," he told delegates.

Tweet

0

Share

Print

More





Annecy Asia Animation Festival to Launch in 2019

4:56 AM PDT 6/13/2017 by Rhonda Richford



Corbis

Annecy, France

The French animated film festival will "leverage its brand" to launch a new event in Seoul.

Seoul will get animated with a new Annecy-branded festival to launch in September 2019.

The French animation festival will partner with South Korea's SBA Animation Center and SK Broadband to create the new Annecy Asia Animated Film Festival.

The event will be held at the capital's Digital Media City, where most South Korean networks are located, organizers said Tuesday in Paris.

The organizers were light on details, noting they are just in the early planning stages of the festival. For example, it remains to be seen if there will be a competition section.

"It's an opportunity to deploy our brand and our vision of animation to another continent," said Patrick Eveno, managing director of festival organizer CITIA. "Annecy is now an international label." The Seoul festival will be "largely designated" for the general audience, Eveno added.

The dates are yet to be determined and will be arranged to be synergistic with the country's largest K-Pop festival, organizers added.

"Most of the Asian countries have been good in the animation market, but there is not an international market that focuses on creativity and their productions in one spot, and that is why we leveraged the brand name of Annecy and their festival with Asia together," said Hyung Chul, president of SBA Animation.

Eveno added that conferences and master classes are envisioned as part of the program that will be unique to Annecy Asia, "particularly European professionals going to Seoul," he said.

If there are special content programs, such as this year's roundtable on Women in Animation, the content may be exported. However, "we also think we will have general and original content for the festival," Eveno said.



READ MORE

['Despicable Me 3,' 'Animal Crackers' to Debut at Annecy Fest](#)

VARIETY

Annecy Asia Intl. Animated Film Festival to Launch in Seoul in 2019

John Hopewell

Chief International Correspondent
@john_hopewell

JUNE 13, 2017 | 05:50AM PT



PHOTO: LORENA JARAMILLO

France's Annecy Fest organizer CITIA teams with Seoul Animation Center and SK Broadband

ANNECY, France — France's Annecy Festival is rolling out its brand abroad. In a first move, leveraging the event's prestige, CITIA Image et Industries Créatives, the organizers of the Annecy Festival, announced Tuesday at the 2017 event that it will launch an inaugural Annecy Asia Intl. Animated Film Festival in Seoul in September 2019, in cooperation with South Korea's Seoul Animation Center (SBA) and SK Broadband, one of South Korea's biggest broadband suppliers.

A framework partnership deal was signed on Tuesday morning at Annecy by Citia CEO Patrick Eveno, SBA president Hyungchul Joo and Harry (Sang Chul) Yoon, SK Broadband chief content officer.

The partners plan for the Annecy Asia Festival to take place at the Digital Media City (DMC), Created in 2002 on a former landfill, this high-tech center is dedicated to new digital technologies occupying 570,000 square-meters with offices, exhibition space and conference rooms.

Still in early development, precise details of the festival will be developed over the next two years. The Festival will be primarily designed for the general public, Eveno said at a presentation of the new partnership.

"But the partners do envisage such elements such as conferences and masterclasses, involving European professionals visiting Seoul," he added.

The presence of Annecy in Seoul will inevitably have a market knock-on, however.

“Annecy offers opportunities for Korean animation to join the international market,” said Yoon. “Most Asian countries have good animation but they lack international markets, limiting productions to one market.” So one question would be how Asian films could be promoted in the Annecy Festival, Yoon added.

The Annecy Asia Festival will be open to films from around the world, Eveno said.

“We are an international festival, not just an Asian festival,” he said. Some elements of June’s Annecy event, such as retrospectives, may repeat from one event to the other, he went on.

“This is a great opportunity to spread the Annecy trademark abroad,” Mickaël Marin, CITIA managing director.

He went on: “We are certain that this international dynamic will enrich all parties involved collectively.”

Rolling out its brand outside Annecy, the world’s biggest animation meet, the event is following a major market trend for Festivals. It has for the last two years organized Annecy Goes To Cannes, a showcase of about five animation titles in development or production which are screened or pitched in a single session at Cannes Film Market.

VARIETY

Annecy: Tokyo Festival to Spotlight Animator Keiichi Hara

Mark Schilling
Japan Correspondent

JUNE 13, 2017 | 11:00PM PT



The [Tokyo International Film Festival](#) will this year present a section on the work of animator [Keiichi Hara](#). It will feature Hara's major films, including "Summer Days with Coo," "Colorful," and "Miss Hokusai."

Both "Colorful" and "Miss Hokusai" won awards at the Annecy animation festival, where the Tokyo announcement was made.

The Hara section will be part of the Tokyo festival's animation focus, which celebrates the 100th anniversary of Japanese animation. The festival's 30th edition unspools Oct. 25-Nov.3.

Born in 1959, Hara worked for the Shin-Ei animation house, moving up the ranks to director on the "Doraemon" and "Crayon Shin-chan" series, while winning fans and critical acclaim. He left Shin-Ei and in 2007 released his first feature as an independent, "Summer Days," a film that mixed realistic settings, characters and storytelling with folklore-derived fantasy.

FILED UNDER: Keiichi Hara Tokyo International Film Festival

VARIETY

Annecy: Disney Channels Unveils ‘101 Dalmatian Street,’ ‘Gigantosaurus,’ ‘Space Chickens In Space’



JUNE 13, 2017 | 11:45AM PT

Disney Junior renews ‘PJ Masks,’ ‘Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir’ re-ups on Disney Channel

ANNECY, France — Celebrating the 20th anniversary of Disney Channel France, Disney Channels EMEA used France’s Annecy Festival to unveil three brand new series: Disney heritage series “101 Dalmatian Street,” as well as “Gigantosaurus” and “Space Chickens In Space.”

A showcase for Disney’s commitment to European animation, where, since it does not have a studio, it partners with independent production houses, the Tuesday evening presentation played to a large audience. It also included a sneak peek of Disney XD’s new and highly-anticipated “DuckTales,” previewing one of the shorts which will appear across all of Disney’s platforms.

Disney announcements also took in recommissions on two iconic recent hits: “PJ Masks” and “Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir.”

Outlining content across the Disney Channels portfolio, available in 117 countries and nearly 159 million households in Europe, Middle East and Africa, the Disney TV animation presentation was made by H el ene Etzi, SVP and general manager; Disney Channels EMEA, Eric Coleman, SVP original programming and general manager, Disney Television Animation, who will deliver a keynote at Annecy on June 14; and Orion Ross, VP head of animation, digital and acquisitions. Disney Channels EMEA.

One of the big new announcements on Tuesday, and set to roll out around the world from the end of 2018, “101 Dalmatian Street” is inspired by Dodie Smith’s 1956 novel and Walt Disney’s 1961 “One Hundred and One Dalmatians.” But it is has been updated and moved to contemporary London, based on a pitch by Anttu Harlin and Joonas Utti from Finnish studio Gigglebug Entertainment, and developed by Disney’s original animation team in London with Oscar and BAFTA winning Passion Animation Studios, the series is written by Maria O’Loughlin and directed by Miklos Weigert. It depicts the adventures of eldest dalmatian siblings Dylan and Dolly, parents Doug and Delilah, and 97 younger puppies, all with names beginning with “D,” who live all by themselves at the titular address. London’s Passion Animation Studios will lead-produce. Maria O’Loughlin writes, Miklos Weigert directs.

Ross showed a first-look development trailer, created by Passion.

“This teaser is the biggest, messiest family comedy you could imagine,” he said. Narrated by Dolly, interrupted by Dylan, it showed the parents at their job – dad dalmatian works as firefighter – Dolly and Dylan running the house in their absence, and having fun on the London Eye. Animation looked fast-paced, eye-popping in color and kinetic, featuring knockabout (canine) family fun.

Produced by France’s Cyber Group Studios, directed by Olivier Lelardoux and pre-sold to France Televisions and Super RTL, two of Europe’s biggest broadcast player in the animation business, “Gigantosaurus” will hit Disney Junior worldwide in 2019. Based on British author-illustrator Johnny Duddle’s book, it turns on four young dino friends fascinated by the figure of the Gigantosaurus, the biggest and fiercest dinosaur anybody has ever seen. But the young dinos end up learning lessons from Gigantosaurus, Ross said.

Directed by Norwegian twins Tommy and Markus Vad Flaaten (aka “Twintrash”), “Space Chickens in Space” tells the story of a trio of chickens mistakenly enrolled in an elite inter-galactic academy. Created by José C. García de Letona and Rita Street, with Jordan Gaucher serving as showrunner, “Space Chickens in Space” has been commissioned by Channel 9 Australia and Disney XD EMEA for a season of 52 11-minute episodes. Anima Estudios, Cake, Studio Moshi and Gingerbread co-produce. It will debut in 2018.

The Flatten twins introduced the series via a mock YouTube vid, one playing the ocarina, another describing the series as a “surreal space comedy.”

Outlining content across the Disney Channels portfolio, available in 117 countries and nearly 159 million households in Europe, Middle East and Africa, said Etzi, one goal of the presentation was to emphasize how Disney has ramped up production.

“We have increased production greatly. Disney Television Animation currently has 15 series on Disney Channel, Disney Junior and Disney XD,” Coleman commented, reviewing new U.S. which will be seen in Europe.

According to Ross, Disney Channels in Europe, Middle East and Africa now has 11 series greenlit and currently in production and 300-plus half-hours of original animation set to deliver over the next two years.

“The TV world is evolving, it’s boosted by tech, but more fragmented, tons of content is available anytime, anywhere. This creates a new situation in terms of competition,” Etzi said.

“Although TV will remain central to audiovisual viewing, it seems very clear our ecosystem is becoming larger, broader and more complex than in the past. This is a wonderful opportunity for Disney,” Etzi argued.

Maybe the biggest attraction on Tuesday evening, at least for millennials in the audience, was a teaser of Disney upcoming reboot of “DuckTales,” presented by Coleman.

“Like the beloved ‘90s series, this has lots of adventure but we focus on the family. We now see the boys as three separate characters and Webby has a bigger role,” Coleman said.

He added: "We will feature a lot more of Donald Duck. We have a fantastic cast, led by David Tennant; all of the characters will return."

Coleman screened a trailer released in March, but then followed up with one of a series of animated shorts which accompany the series. It showed a typical day at Scrouge McDuck's mansion, with the kids, chased by a ghost, creating havoc as an unperturbed maid goes about her chores in the foreground. She ends up changing a switch from "dust" to "ghost" and vacuuming up the ghost.

Ross also announced recommissions for two top-performing series, "PJ Masks" and "Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir." Global Disney Junior hit "PJ Masks" will return for a second season of 52 episodes in 2018; a third season is in development with producers eOne and Frogbox, the animation company TeamTO, and commissioning partner France Television.

"Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir" has been picked up for both a second and third season by Disney Channel EMEA, alongside commissioning partner TF1, bringing the total volume to 78 half-hour episodes from producers Method Animation and Zag Toon, Ross added.

Want to read more articles like this one? [SUBSCRIBE TO VARIETY TODAY.](#)

Annecy: 8 Takeaways From Guillermo del Toro's MIFA Campus Talk

Jamie Lang

🐦 [@idonthaveaband](https://twitter.com/idonthaveaband)



JUNE 13, 2017 | 11:50PM PT

PHOTO: LORENA JARAMILLO

There was plenty packed in the hour-and-a-half talk, and the assembled students, professionals and press were all ears

ANNECY, France —From the minute *Variety*'s Peter Debruge handed him the microphone at Tuesday's talk, Mexico's Guillermo del Toro was off to the races with an avalanche of cuss-filled anecdotes and sage wisdom. This was the second year in a row that the self-deprecating director talked at Annecy, and with each opinion shared he made it clear that his convictions as a creator are, and always have been, unwavering. Strikingly honest, always dramatic, and wholly charming, the director talked for an hour-and-a-half to a captivated audience of industry professionals and students.

The room was packed to the rafters and it was apparent almost immediately that the air conditioning had given up under the strain required to try and cool the space. A fact which the larger than life director brought up a number of times throughout the hour-and-a-half.

Here are 8 takeaways from the session

1. WHERE IT ALL STARTED

At 8 years old Del Toro made his first ever movie, a stop-motion piece shot on his father's super-8 camera about a killer potato. Years later, in an attempt to soothe the fears of his future father-in-law, he said he would make a stop motion feature, as cinema was not deemed to be an honest job. He and his animating partner at the time spent 3 years building 150 character models until one night after dinner at his parents house, the two returned home to find, "somebody had broken into the house, they had stolen all the cameras, destroyed the models and taken a sh-." That was apparently all it took for the director to move back to live action.

2. CHRONICLE VS. FABLE

The theme of the ever-present dichotomy in storytelling came up more than once on the day. Early in the conversation with Debruge, the director explained what animation can do that other mediums perhaps cannot. "When narrative started at the beginning of time it divided into two strands: Chronicle, and fable. Chronicle is: we hunt the damned mammoth and draw it in the cave. Then we are gonna thank the gods, so we draw them, and that's fable... I think animation is particularly well suited for fable."

3. LOST OPPORTUNITIES

There is no use pining over failed projects according to Del Toro. He noted that twice he has tried to make video games, in an effort to complete his list of mediums from which he has told stories, and twice he failed. He went so far as team up with the legendary Hideo Kojima from who he says he learned that "in video games you don't have act one, act two, you create a mandala. It is multi-branching." He said the experience makes a director nimble. Finally, in the Q&A, he assured the audience that aside from "Harry Potter," he has no regrets of projects that didn't get made.

4. INEVITABILITY VS PREDICTABILITY

According to Del Toro, knowing what is going to happen in a story before it does isn't always a problem. Sometimes, for a story to be believable it has to be inevitable. Using a colorful, if brief, re-telling of the Oedipus story, the director

made clear the differences between inevitability and predictability, “Of course we know he is gonna to F- his mother and kill his father, but that is inevitable, not predictable.”

5. GETTING A FILM MADE

After being asked about the best way to promote a script, Del Toro responded: “My statistics are very bad. I have written 24 screenplays. I’ve made 10 movies. It’s like asking me for dieting advice.” After going through most the 12 of scripts that he had written which have never seen the light of day, he explained the difference between those and the films which did get made. “Every movie I have made was made because I would die to have it made.”

6. DON'T BELIEVE THE BULLSH-

“The DVD commentaries create a narrative,” he said, “Guillermo presented his storyboards and immediately everybody knew!” [that it would be a hit], the lines delivered in a well rehearsed producer voice. Del Toro called shenanigans on the notion of an easy sell, warning that there is a long period where only the filmmaker will believe in the project, and that maybe one or two out of 100 filmmakers will hold on to that belief long enough for anything to come of it. “The obstacle is the path,” he insisted, encouraging the assembled students to be the exception rather than the rule.

7. MAKING CONTENT FOR A NEW GENERATION

According to Del Toro, the speed at which the medium is moving is such that now an animator in their 20s is old. “We are all old, everyone in this room is old now. Kids two-to-three, they have access to everything,” he noted. “Kids only know access flow, and they want universes they can access most of the day.” He pointed out that the narrative needs of the kids today who don’t know what a VHS is, who never dubbed a cassette tape, is far different than anything anyone in the room could relate to.

8. MEDIUMS AND TECHNOLOGY ARE CHANGING FAST, SO KEEP UP

The pace of change was a recurring theme in the talk and Del Toro assured everyone that it wasn’t going to slow down anytime soon. Noting that nearly all formats are getting shorter as attention spans shrink, Del Toro warned the assembled students that if they had any hope of keeping up with the wave of content for the new generation they had better give “110% in everything you do. It’s the only way you will learn.”

Latest Movies News



Box Office Preview: 'Despicable Me 3' Eyes \$90M-Plus July Fourth Debut



Olivier Assayas Named President of Locarno Festival Jury



Andy Serkis' Directorial Debut 'Breathe' to Open London Film Fest



Aaron Sorkin Signs With CAA



Clive Davis, Judd Apatow Docs Head Up NewportFILM Festival Lineup



Fantasy YA Book Series 'Hollow Crown' Nabbed by Disney Hyperion (Exclusive)



Gersh Signs Oscar-Winning Writer John Irving (Exclusive)



Steven Yeun Signs With UTA (Exclusive)



Film Agent Danielle Shebby Exits WME for CAA



U.K. Film Industry to Get \$25M Infusion for Training, Future Skills

Annecy: Guillermo del Toro Talks Creative Freedom With Netflix, the Future of 'Hellboy'

5:48 PM PDT 6/13/2017 by Rhonda Richford



Getty Images
Guillermo del Toro

The director also talked possible 'Pinocchio' plans and giving up his salary for the upcoming 'Shape of Water' during a master class at the animation festival.

Guillermo del Toro is still interested in *Pinocchio*, hasn't had his heart broken by *Hellboy* and has found the perfect partner in Netflix. In a wide ranging nearly two-hour talk at the Annecy Animation Festival, *The Shape of Water* director discussed his upcoming projects and Hollywood's creative stagnation.

Working with Netflix has been creatively freeing, the *Trollhunters* creator said, noting that his experience with the SVOD has been much more fulfilling than working with studios.

"We've had absolute freedom in creating the series and from the beginning they believed in it," he said. "When you have a partner that believes in you any co-production — even your dentist uncle — it's amazing. And what I can say is that in our experience, it has been absolutely great creatively."

While Netflix famously doesn't release ratings information, del Toro said *Trollhunters* is the most-watched animated show on the platform. It took eight years for the series to get made after being originally pitched to Jeffrey Katzenberg as a feature, he added. The streamer has also promoted the show honestly, he said, criticizing many studio projects he abandoned because of creative differences. without giving names. "They put out the show we made. I've made movies that are sold as exactly the opposite of what they were. The show was sold beautifully as what it was and that's fantastic."

His next film, *The Shape of Water*, set for a December 2017 release, came at a personal cost — and benefit — as the director sacrificed his own salary and additional personal funds for the production. "Bigger budgets come bigger discussions about things," he said of the studio system. "Freedom has no price."

Del Toro also said that he is still interested in a *Pinocchio* film project. "I'm still looking at it. If you have \$45 million I'll do it tomorrow," he joked. *The Pacific Rim* director said his next goal is to direct an animated feature project.

Despite years of trying to complete his *Hellboy* trilogy, only for the reboot to be announced without him earlier this year, he says he has no hard feelings.

"I don't own *Hellboy*, Mike [Mignola] does. So, you know, he is the father of the character and if he wants to reboot it, it's perfectly fine. I got to make two — that's two more than I thought I would get to make ... So you know, as far as I'm concerned god speed and god bless."

Consider whitelisting Awn.com
 Ads allow us to provide content to you free of charge
 Learn how to whitelist us by clicking here

HOME

NEWS

BLOGS

ANIMATIONWORLD

VFXWORLD

EVENTS

FORUMS

JOBS

MORE

Cartoon Network to Celebrate Local Production at Annecy

The network will evoke discussion of international production at Annecy in a panel led by 'The Amazing World of Gumball' creatives.

By Awn Staff Editor | Wednesday, June 14, 2017 at 12:29pm

In 2D, 3D, Business, Cartoons, CG, Event, Festival, People, Places, Production, Technology, Television | ANIMATIONWORLD, Headline News, VFXWorld | Special Events: Annecy | Geographic Region: All



BAFTA nominee Simon Cartwright and Baker Terry will direct a miniseries based on 'Waiting For Gumball'

ANNECY, FRANCE -- Turner's Cartoon Network heads to Annecy Animation Festival and MIFA this week riding high on a wave of newly announced content, including a host of internationally-produced series and local development projects. In Europe alone, Turner has increased its content investment for Cartoon Network and second flagship kids' channel, Boomerang by around 30% from 2016. This complements their pipeline of US content from Cartoon Network Studios and sister-company Warner Bros. while ensuring strong local relevance.

A studio panel will celebrate Cartoon Network's European-produced, award-winning, global hit *The Amazing World of Gumball*, which is now in production on season six. Taking place on Thursday June 15th at Salle Pierre Lamy (4-5:15 pm), the panel will feature series creator Ben Bocquelet and director Mic Graves on a special journey behind the scenes of this animated series.

Among the panel guests is new UK-based kids' television production company Blink Industries who have recently completed work on *Gumball's* season five episode, "The Puppets," directed by Becky & Joe, creators of internet sensation *Don't Hug Me, I'm Scared*. A miniseries inspired by the episode "Waiting For Gumball" has been commissioned and is being directed by BAFTA nominee Simon Cartwright (*Manoman*) and Baker Terry (*Don't Hug Me I'm Scared*) -- managed by Blink Industries.

Gumball's music composer, Ben Locket, will join the panel to talk about his process and the use of complex musical techniques alongside acclaimed French director and illustrator Simon Landrein, creator of the skateboarding sequence in the season five episode, "The Ollie."

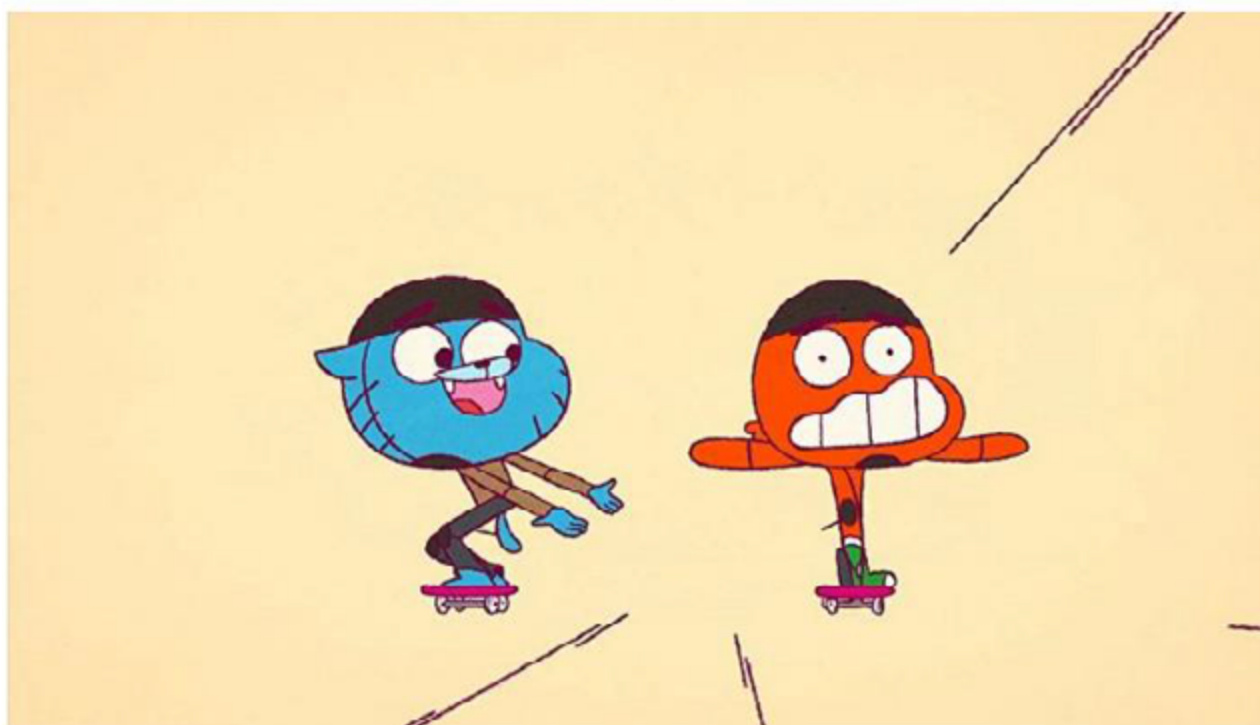
Patricia Hidalgo, Chief Content Officer, Turner EMEA Kids & International Kids Strategy commented: "As we dial up our local production investments internationally, this couldn't feel like a more fitting time to celebrate our first major hit to come out of Europe and some of the amazing talent involved in the show. We're continuing to look for great animation talent to work on *Gumball* season six, as well as our many different productions across the globe, and we're excited to once again host our highly-anticipated Picnic by the Lake, which is a fantastic opportunity for students to network and connect with key people from our studios."

Brian Miller, SVP & General Manager, Cartoon Network Studios added: "Coming to Annecy always furthers the opportunity for Cartoon Network to explore and collaborate with various global production partners, and this year, we are especially keen to learn about some of the new production technologies being presented at the festival."

Mark Evers, SVP & Chief Content Officer, Kids Networks, Turner Asia Pacific said: "We're attending Annecy again this year in the hope of discovering more fun and engaging ideas to become part of our successful original development program in APAC. It's also exciting that just one of the many highlights to have come out of that program already -- a series of shorts entitled *Bill and Tony* -- has been selected to screen in competition at the festival, which is an amazing endorsement of the comedy animation we're producing in the region right now."

Representatives from Cartoon Network will be on the lookout for new creative talent to join its teams in the US, Europe Middle East & Africa (EMEA) and Asia-Pacific (APAC). Meetings will be held at the Cartoon Network booth (stand 4.A08) and Cartoon Network will also host its hugely popular Picnic By the Lake on Thursday, June 15th.

In the past few months, Turner has announced new internationally-produced series and local development projects including: *Taffy* and a second season of *The Happos Family*, both created for Boomerang in partnership with Cyber Group Studios; *The Heroic Quest of the Valiant Prince Ivandoe*, a Danish-produced series for Cartoon Network; and *Ben 10 Challenge*, a live-action gameshow based on the Cartoon Network franchise, which will be produced in Spain in eight languages.



Source: Turner

Home » Festivals and Events » Anney Asia Festival Coming to Seoul in 2019

Anney Asia Festival Coming to Seoul in 2019

Tom McLean | Jun 14th, 2017 | No Comments yet

J'aime 26 Tweet 0 0 Share Email Print



Anney Seoul

The Anney Festival is expanding to Asia. Festival organizers CITIA, Image et industries créatives (France), the SBA Animation Center (South Korea) and SK Broadband (South Korea) signed a partnership agreement to create a new animation festival in South Korea: The Anney Asia International Animation Film Festival. The first edition will take place in Seoul in 2019.

The creation of the Anney Asia International Animation Festival is a project carried out in cooperation with the SBA Animation Center and SK Broadband (South Korea's leading broadband provider).

The three partners plan on launching the project in September 2019 at the Digital Media City, in the heart of Korea's cultural industry.

In South Korea, the animation sector is rapidly developing. This partnership will therefore enable the country to give structure to its industry, to step onto the international market and promote the exporting of local productions.



Anney Seoul

Tags: Anney Asia International Animation Film Festiva, CITIA, Image et industries créatives, SBA Animation Center, SK Broadband

[Previous Post](#)

[Next Post](#)

Newsletter

Subscribe to our Daily Newsletter

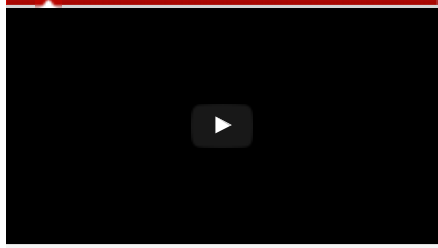
email address

RSS Get updates Google Plus Join our circle Twitter Follow us Facebook Become our fan

Recent Posts

- Chinese Black Comedy 'Have a Nice Day' Goes Global
 June 27, 2017 | 0
- Animation Block Party Launches 2017 Program
 June 27, 2017 | 0
- Daily News Bytes: 'Dark Tower' Featurette, Win for 'Vincent,' Chris Sullivan Crowdfunds
 June 27, 2017 | 0
- Cyber Group Hosts Int'l Emmy Kids Awards Semi-Final
 June 27, 2017 | 0
- GKIDS & Fathom Pull 'Mune' to Earth for One-Night Event
 June 27, 2017 | 0

Featured Trailers



- 'The Boss Baby' - Trailer
- 'Smurfs: The Lost Village' - Trailer
- 'Spark: A Space Tail' - Trailer



Del Toro urges creativity shift

ANNECY: Hollywood movie director and Trollhunters creator Guillermo del Toro has blasted the corporate side of the animation industry, arguing that it needs to give more creative freedom to producers.



Guillermo del Toro

Del Toro, who has been behind films including Pan's Labyrinth and Hellboy, told delegates here in **AnneCY** that "business needs to understand that innovation is actually great success."

Netflix extended Trollhunters, which is produced by DreamWorks Animation, into a second season of 13 episodes earlier this year.

Del Toro said studio execs needed to be braver and embrace innovation. "For many years, we've lived in a

cartoon world that was post-Hanna-Barbera with animated sitcoms or animated mystery comedies," he said.

"The more shows have innovated, whether you look at The Simpsons or Adventure Time, it shows you that if you are bold then you find an audience. For the people who have money, there is money in originality."

Del Toro praised Netflix for allowing him "amazing" creative control on Trollhunters and said the animation world could be set for "a renaissance" as "the values and definitions of success" shifted from simply ratings or revenues.



Netflix has extended Del Toro's Trollhunters, which is produced by DreamWorks

But he cautioned: "Money is a pirate's business and we are the explorers. The ship is run by two things: storytellers, who move forward and say, 'There is a land to be discovered,' and the studio, which looks back and says, 'But wait, home is back there.'"

"There are two conflicting pulses on the same ship. We want to go to new places, they want to go to familiar ones."



Richard Middleton
14-06-2017
@C21Media

SECTIONS: C21Kids
GENRES: Animation
SHOWS: Trollhunters

[Tweet](#)

0

[Share](#)



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.

[Take the tablet!](#)



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

ALSO ON C21MEDIA TODAY

- FNG unveils French VoD service
- Senior execs bolster Three Arrows
- Vimeo ditches SVoD plans
- HBO prescribes Dr Dre doc
- Snapchat, Vertical go on second date
- Syfy, Kevin Bacon feel Tremors
- Billy Goes North to UK's Blaze
- MGM shakes up team, adds CBS alum

Elsewhere, Gigantosaurus, based on the book by UK author and illustrator Johnny Duddle, is being produced by Cyber Group Studios and will air on Disney Junior worldwide in 2019.

It has already been pre-sold to France Télévisions and Super RTL in Germany and will be directed by Olivier Lelardoux.

Finally, Disney XD comedy animation Space Chickens in Space is designed and directed by Norwegian YouTube stars Tommy and Markus Vad Flaaten.

The series (52x11'/11x2') tells the story of a trio of chickens who are mistakenly taken from their homes and enrolled in an elite intergalactic military academy.

It is being coproduced by Anima Estudios, CAKE, Studio Mushi and Gingerbread, and has been commissioned for Disney XD with Nine Network in Australia. It will debut in 2018.

Disney Channels EMEA already has 11 series in production and more than 300 new half-hour episodes set to deliver in the next two years, including magical cooking show Trulli Tales and Paprika, which tells the tale of two tigers.

Meanwhile, it has ordered second and third seasons of Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir. PJ Masks has also been extended for a second run, with a third in development.



C21 reporter
14-06-2017
@C21Media

SECTIONS: C21Kids

GENRES: Animation, Children's

SHOWS: 101 Dalmation Street, Gigantosaurus, Space Chickens in Space

PEOPLE: Hélène Etzi

COMPANIES: Disney Channels

COUNTRIES: France, Germany, UK, US

FNG unveils French VoD service

Senior execs bolster Three Arrows

Vimeo ditches SVoD plans

HBO prescribes Dr Dre doc

Snapchat, Vertical go on second date

Syfy, Kevin Bacon feel Tremors

Billy Goes North to UK's Blaze

MGM shakes up team, adds CBS alum

Board calls on ERT directors to resign

Banjay supplies crime to Nat Geo, UKTV

Billionaire trio keep Ten afloat

CBC picks up Candy Drop

MTV to use ITV's SafeWord

Electus takes Carlos Cham on Adventures

Amazon offers taste of Tour de France

Antenna, ITVSGE link up on formats

The Wall scaled in French Canada

December launches distribution arm

ABC Me to do Strange Chores

WMR taps Ronachan production chief

Apple's Planet of the Apps eyes China



MIFA to launch festival in Korea

ANNECY: CITIA, the organisation behind the Annecy International Animation Film Market, is planning to launch an Asian version of its event in South Korea that will debut in 2019.



Patrick Eveno

Patrick Eveno, MD of CITIA, said the Korean event would be aimed at a general audience, adding that conferences and masterclasses would likely to be offered as well.

"This agreement makes great sense within our strategy of international development," Eveno told C21, adding that he wanted "to deploy our brand and our vision of animation in other countries."

Eveno said MIFA had more than 10,000 delegates this year and its international reach had helped persuade CITIA to work with the Korean companies on the new Asian festival.

"That's why we were favourable to the proposal made by SK and SBA to work together to create an event largely for a general audience in Seoul," he said.

Joo Hyungcheol, CEO of SBA Animation, added that the ambition was to "create the most popular animation festival in Asia."



Richard Middleton
14-06-2017
@C21Media

SECTIONS: C21Kids
GENRES: Animation
PEOPLE: Patrick Eveno
COMPANIES: Annecy International Animation Film Market, CITIA
COUNTRIES: France, South Korea

Tweet

0

Share



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

Home > News > [TeamTO launches animation school](#)



TeamTO launches animation school

ANNECY: French CGI studio TeamTO is opening a free school that will provide a six-month course to students looking for careers in animation.



Guillaume Hellouin

The school, in Bourg-lès-Valence near Lyon, will offer a course in 3D animation to around 25 students with no prior experience.

TeamTO plans to launch the project in 2018 and is working with animation school La Poudrière in Bourg-lès-Valence, whose campus is next to one of the prodco's own studios.

The producer's ambition is to expand the pool of domestic creative talent for the French animation industry by

recruiting from unconventional sources.

Guillaume Hellouin, president of TeamTO, said: "Ten years ago I set up a similar training programme in Vietnam where there was no significant production.

"The school was the seed that became what is Vietnam's thriving 3D animation industry today, so I am very optimistic about the impact that training and education can have on increasing the talent pool for France's extremely busy and demanding market."

TeamTO is behind shows such as Cartoon Network's My Knight & Me and Disney's PJ Masks. Earlier this month its forthcoming comedy series Take it Easy Mike (78x7) was presold to France Télévisions and Super RTL in Germany.



Richard Middleton
14-06-2017
©C21Media

GENRES: Animation

SHOWS: My Knight on Me, PJ Masks, Take it Easy Mike

COMPANIES: TeamTo

Tweet

0

Share

Print



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.
Take the tablet!



VARIETY

Annecy: Imira Closes Distribution Deals with Top Players, including Netflix, Disney

Emiliano De Pablos



JUNE 14, 2017 | 03:22AM PT

Sales at Toonz's distributor-producer increase 70%, largely due to new digital platforms

In the run-up to Annecy's MIFA market, Toonz Media's Imira Entertainment, a leading producer-distributor for kids and family content, has unveiled a string of deals inked with key TV international players, including Netflix, Disney, Turner and Nickelodeon.

The multi-title deal with Netflix encompasses Korean studio Samg's pre-school "Vroomiz," "Miniforce" and action adventure "Power Battle Watch-Car" as well as Imira-produced "Lucky Fred," "Lola & Virginia" and "Sandra, the Fairytale Detective."

Disney, meanwhile, has picked up all four seasons of Tuba comic duo slapstick and non-dialogue comedy “Larva” for Latin America and the Caribbean. Also, Nickelodeon is expanding its previous multi-territory acquisition “Larva,” adding more seasons for Spain, Portugal and Portuguese-speaking Africa.

In Italy, Imira has sold to Turner the Calm Island-produced “Badanamu” and Samg’s “Vroomiz.”

Clan, Spain’s leading kids TV service run by pubcaster RTVE, has taken Showlab’s new pre-school series “YoYo.” In South Africa, Showmax acquired “Jamillah & Aladdin,” a co-production between Cbeebies/CBBC, Kindle Entertainment, Toonz and Mediabiz.

“Zack & Quack,” a Zodiak Kids-produced pre-school pop-up adventure. and Aurora’s pre-school environmental “Yoohoo & Friends” will launch on Mexico’s Canal 11.

In a multi-territory arrangement, Portugal’s private broadcaster SIC has closed IMPs global classic “The Smurfs” for its broadcaster SIC K channel in Portugal and parts of Portuguese-speaking Africa, and for SIC international channels.

Imira has sold a massive 14-title package to Czech Republic and Slovakia’s free-to-air TV channel Tuty Broadcasting, and inked a 10-title deal with Buongiorno for its KidsInMind App platform. “Sandra, the Fairytale Detective” has gone to Kids Network for the Middle East.

New titles which Imira is handling at Annecy include comedy adventure “Smighties,” a Toonz co-production with Herotainment; “Gummy Bear,” co-produced by Google, Toonz, Media Group and Gummibar Intl.; and Lil Critter Workshop’s pre-school world traveller “Hogie the Globehopper.”

“2017 so far has been extraordinary for Imira from a distribution point of view, closing our year with more than a 70% increase in sales, largely due to the newly emerging and consolidating digital platforms,” said Imira CEO Sergi Reigt in a statement.

Want to read more articles like this one? [SUBSCRIBE TO VARIETY TODAY.](#)

VARIETY

Eric Beckman, Marc Bonny Receive Variety & Mifa 2017 Animation Personality of the Year Award

John Hopewell

Chief International Correspondent
@john_hopewell

JUNE 14, 2017 | 04:11AM PT



The world's animation industry pays tribute at a select seated dinner to two distributors of exquisite independent animated features

ANNECY, France — Guillermo del Toro, DreamWorks Animation's Chris DeFaria and Bonnie Arnold and Sony Pictures Animation's Kristine Belson were among guests at a seated dinner at Annecy's lake-side Imperial Palace on Tuesday night to celebrate this year's recipients of the 2017 [Mifa & Variety Animation Personality of the Year Award](#): [Eric Beckman](#), founder of New York's Gkids, and [Marc Bonny](#), founder of France's Gebeka Films.

The choice of Beckman and Bonny was hardly made a chance affair. As Bonny remarked, accepting his award, the two are in many ways cousins.

Launched in 2008 but really taking off when David Jesteadt joined the company, Beckman said in his acceptance speech, Gkids is the only independent distributor to have won an Academy Award animated feature nomination. In fact, as a trailer suggested, the films it has distributed in the U.S. have won nine, taking in the Studio Ghibli films, Tomm Moore and Nora Twomey's "The Secret of Kells," "A Cat in Paris," "Chico & Rita," "Ernest and Celestine" and "My Life as a Zucchini."

It is no coincidence that Gkids' second release, "Azur & Asmar," was by the same French director, Michel Ocelot, whose debut, "Kirikou and the Sorceress," was Gebeka Films' second release and first big hit in France. Or that one of Gebeka Films' early successes – Hayao

Miyazaki's "My Neighbor Totoro," is a highlight of the Studio Ghibli collection, acquired by Gkids for North American theatrical distribution in 2011.

The awards were preceded by two sizzle reels of acquisitions at both the distribution houses. "The images speak for themselves," said Mickael Marin, head of Annecy's MIFA market.

"The prizes also praise your ambition, he added, addressing Beckman and Bonny. "Each one of your productions have been able to affect audiences positively, with your distribution strategies and ambitious editorial line which gives free rein to unique cinema works."

"It's really significant the two honorees are not only involved in production but especially distribution," added

Peter Debruge, Variety chief film critic.

"Before Gkids' launch there really wasn't a distributor in the U.S. for quality auteur-driven animation films," he added, recalling Hayao Miyazaki's "My Neighbor Totoro" had to be distributed in the U.S. by Troma Films.

"It was thanks to the DreamWorks and Pixar revolution, that the market for hand-drawn animation really exploded. Gkids' nine Oscar nominations have proven what a loss it would have been if Gkids had not stepped in."

Accepting his award, Beckman recognized the special importance of Annecy for the promotion and export of the upscale international independent animated movies which have become Gkids' hallmark.

We started coming to Annecy seven years ago. I'd look around and there would be a poster of my film, and, well, there's another poster and I'd look around and say, wow, there's [the distinguished French animation director] Jean-François Laguioini having coffee," he recalled.

"What a wonderful crazy place this is. So it is like the one place in the world where I'm semi-famous and I enjoy coming here," Beckman joked.

"France's market is different to the U.S. There's a real appreciation for small, hand-made auteur-driven films and some of their existence owes to Marc's involvement," said Debruge. "A lot of films which fall into the hands of Gkids have passed through your hands first so you are to be equally commended," Debruge told Bonny.

Also in attendance at the awards dinner for the Variety & Mifa Animation Personality of the Year awards dinner: David Jesteadt, upped to Gkids president this January; Melissa Cobb, COO of Oriental DreamWorks; Jana Day, head of recruitment at Sony Pictures Animation; Jason Sadler, a lead character designer at Blue Sky Studios; and Deb Stone, its manager of recruiting and talent development.

VARIETY

AnneCY: First Women in Animation World Summit Fights Unconscious Bias, Gender Imbalance

Emilio Mayorga

JUNE 14, 2017 | 05:28AM PT



WIA priority is to achieve a 50/50 gender balance by 2025

COURTESY: WOMEN IN ANIMATION WORLD SUMMIT

ANNECY, France — One of the main goals of Women in Animation is to reach a 50/50 gender balance in creative leadership roles within the animation industry by 2025.

A large question is whether that's a realistic target. Taking place in Annecy on June 12, the Summit's panel titles were:

Exploring Unconscious Bias, 50/50 by 2025 – How Are We Getting There?; Developing Diverse Stories and Artist Experiences.

50/50 by 2025 is "absolutely a realistic deadline if there is a deliberate and well-supported effort to achieve it," said Marge Dean, WIA co-president and an Emmy nominee for "The Ricky Gervais Show."

With over 65% of animation programs being female (some schools like CalArts have even higher ratios), there is an abundance of talent to fill the job slots. As of today, we calculated that the annual increase needs to be only 3.5% every year."

"I feel it is about the talent pool. I personally would like to see us all do more to influence and guide the younger generation of women, starting the process of educating the next generation and exposing them to more options earlier," said Alison Mann, Talent VP, Illumination Entertainment.

“Sport scouts start this process early on for recruiting star athletes; why couldn’t we adopt some of the same practices?” she asked.

Eliminating unconscious bias faces multiple challenges. however. “In our industry, women don’t seem to feel comfortable and supported in order to really push the boundaries of what they are capable of. We would like women to be far more daring,” said Corinne Kouper and Eleanor Coleman at France’s Les Femmes s’Animent.

“Unconscious bias is the result of shortcuts our brain takes because of the amount of data we have to process at any given moment. Most of what we think is unconscious. The way we function in our day-to-day lives is often driven by these shortcuts,” added Julie Ann Crommett, vice president of multicultural audience engagement at the Walt Disney Studios and WIA chair of industry relations.

One danger is inertia in employment practices: “We are a people business. We tend to hire people we’ve worked with in the past, and these people are mostly white men. The first step is to make a commitment and go beyond our comfort zones,” argued Jinko Gotoh, a producer at Warner Animation Group and WIA secretary.

Awuk founder Lindsay Watson agreed: “Research has shown that employers also recruit people who remind them of themselves. So if most studios are owned and run by men, more men are likely to be employed unless there is a strong equal opportunity policy in place.”

At Warner Bros., a conscious effort was made on “The Lego Movie Sequel” to hire female story artists, a female editor, and a female co-director.

“We are over 50/50 in our front-end depts. We can reach this general 50/50 if individuals and companies are committed,” Gotoh concluded.

Multiple hurdles have to be surmounted, however. At France’s Les Femmes s’Animent, for instance, Corinne Kouper and Eleanor Coleman point workplace harassment. They are working on a Best Practices comic strip poster which they hope studios will post and adopt.

Other issues could be more complex: “Our confidence comes from being competent; it’s not so important for us to run the show. And most women want to balance motherhood and career. Also, women need role models to follow,” Gotoh argued.

Two main panels and keynotes of the first Women in Animation World Summit took place at Annecy on Monday June 12. They were followed by a number of events including topic discussions of Women Directors in Annecy, with Léa Krawczyk (“À Perdre Haleine”), Katrin Rothe (“1917 -Der Wahre Oktober”), Anne Magnusen (“The Men Who Knew 75 Languages”) and Lucrèce Andrae (“Trois petits points”) on Tuesday.

With participants such as Armelle Giorennec, Marianne Chazelas, Kim Keukeleire and Christel Grandchamp, and Joëlle Oosterlinck, Anaïs Caura and Hélène Gendronneau, The Women of: ‘My Life as A Zucchini’ and The Man Woman Case unspool on Thursday.

Kouper and Coleman of Les Femmes s’Animent and Lindsay Watson, president at Animated Women U.K., suggest some singularities.

Unique to animation is the difficulty imposed by very long productions and working hours that are not always compatible with family life and raising small children,” Kouper and Coleman observed.

Labor location is another concern, Watson said, as are “background, education, lifestyle and access to resources. In Britain, 60% of animation studios are outside London, in hubs such as Manchester, Bristol, Brighton, Cardiff and Edinburgh. “

52% of animation employees are freelance so, unlike other countries where there may be a main city or hub to settle down in, a freelancer may have to move around quite a few cities to obtain continuous work,” Watson told *Variety* adding that stability has been another key factor because you must have high-enough income to cover maternity costs or to work for a company which does so.

According to data provided by the Animation Guild, Local 839 IATSE to *Variety*, 4,058 people were working in animation under union jurisdiction in Los Angeles as of April 2017. 24% of those employed were female, an increase from 2012 when only 2,766 people were

employed and 18% female. In a leadership category, the percentage of females employed in an EP/showrunner role edged up from 8% in 2006 to 14% in 2017.

Animated Women UK launched in September 2013. Since then, the number of women in Britain's animation and VFX industries has doubled.

"This is largely due to the introduction of the UK's Animation Tax Credit and subsequent overall growth of the industry," said Lindsay Watson, Animated Women UK founder told Variety.

As of 2015, there were 2,325 women working in animation and 3,000 in VFX. Unfortunately, women still only make up around 30% of both of these industries, and this hasn't changed over the past 4 years," Watson said.

She explains that in animation 52% of workers are freelance and many women leave around child-bearing age and don't make it through to senior positions.

In order to eliminate the gender pay gap, in April this year the British Government Equalities Office announced that 9,000 voluntary, private and public sector employers with 250 or more employees will be required to publish figures by April 2018. Those figures will then be reviewed so that a plan can be made for the seven years that follow.

Explainer videos, educational trailers, simple 2D animation and dialogue-free motion graphics are regularly used to battle inequality. In addition, "animation is a unique medium in that in its simplest form (pencil on paper or stop motion via mobile) it can be accessed and produced with very low budgets and few resources," Watson commented.

Dean said she was optimistic about 50/50, summarizing solutions as a combined effort of working externally with studios and hiring managers to think differently about how they find talent; and the encouragement of current female staff to grow in their experience; and a general commitment to building a more diverse animation talent pool.

She added: "We also work internally with the female artists themselves by employing mentoring, networking, confidence building and general encouragement to go for it. With both those things in play, we'll make it."

The WIA Summit was sponsored by The Walt Disney Studios and co-organized by Women in Animation (WIA) and its sister French org. Les Femmes s'Animent (LFA). It was backed by the CNC, France's national film-TV board, SACD, the French auteurs lobby, and audio-visual technical services company Hiventy.

FILED UNDER: Annecy Animation Film Festival Woman in Animation

adv.

June 15-2017

Annecy Asia's first edition to take place in Seoul in 2019

1:00 pm 15/06/2017 By AnimationXpress Team

SHARE Like Share 4 people like this. Tweet Comments

Annecy will come to Asia with its first edition in Seoul.

During MIFA at the Annecy International Animation Film Market, Festival organisers CITIA, Image et Industries creatives (France), the SBA Animation Center (South Korea) and SK Broadband (South Korea) signed a partnership agreement to create a new animation festival in South Korea: The Annecy Asia International Animation Film Festival. The first edition will come to Seoul, South Korea in September 2019.

The French animation festival will partner with South Korea's SBA Animation Center and SK Broadband to create the new Annecy Asia Animated Film Festival.

The three partners plan on launching the project at the Digital Media City, in the heart of Korea's cultural industry. Created in 2002, this high-tech complex dedicated to new digital technologies spans across 570,000 square meters with offices, exhibition spaces, conference rooms, and more. The organisers said that the dates are yet to be determined and will be arranged to be synergistic with the country's largest K-Pop festival. The festival will be largely designated for the general audience.



From left, Harry Yoon (SK Broadband), Hyungchul Joo (SBA – Seoul Animation Center) and Patrick Eveno (CITIA).

"With this partnership, we mutually engage to unite our skills," exclaimed CITIA managing director Mickael Marin. "This is a great opportunity to spread the Annecy trademark abroad. We are certain that this international dynamic will enrich all parties involved collectively."

In South Korea, the animation sector is rapidly developing. This partnership will therefore enable the country to give structure to its industry, to step onto the international market and promote the exporting of local productions.

"The Annecy Festival, set in a town with a beautiful landscape, will be associated with Seoul, Asia's central city that has its own history and is also developing technology of the future," commented SBA Animation CEO Joo Hyungcheol. "Together, we will create the most popular animation festival in Asia."

← Disney Channels EMEA unveils '101 Dalmatian Street', 'Gigantosaurus' and 'Space Chickens In Space'

IAMA: Advertising in a bilingual ecosystem and the way forward →

LATEST VIDEOS



Redchillies VFX Reveals The Magic Behind Phillauri



In Conversation With Priyank Kharge – Karnataka Minister Of State For IT, BT & Tourism



GAFX 2017: Masters Advice To Students

MOST POPULAR

Riva Animation & VFX Delivers Explosive VFX For Akshay Kumar Starrer 'Airlift'

SRK'S New 'FAN' Teaser Leaves You Bewildered



Soyez le premier de vos amis à aimer ça.



LATEST NEWS



UK's Axis Group extend their animation arm with the launch of Axis Studios



"I couldn't hide my tears behind the mask": Tiger Shroff on dubbing for 'Spider-Man: Homecoming'

Hindi version



'Spider-Man Homecoming': Bewitching trivias you must know ahead of its release



A ghost in the jungle: Fenil Sherdiwala announces India's first superhero web series 'Vetaal'

Home > News > [Canal+ faces union court threat](#)



Canal+ faces union court threat

ANNECY: The French animation producers' union is preparing to take Canal+ to court if the pay TV firm fails to honour contracts signed with local prodcos.

The Syndicat des Producteurs Français d'Animation (SPFA) claimed during a press conference in **Annecey** that Canal+ stopped honouring deals signed with French animation producers three months ago.

The dispute relates to so-called 'memo deals' on around 10 commissions that are already in production. Canal+ stands accused of pressuring prodcos to renegotiate the deals and drop prices by around 20%.

Press reports last month suggested Canal+, which is under financial pressure due to falling subscriptions in France, had been placing similar pressure on music copyright holders. It has ceased payment to music publishers Sacem, which collects and distributes royalties, the reports said.

SPFA MD Stéphane Lebars said: "A memo deal has the same legal value as a contract. If the situation is not resolved, we are ready to drive legal action."

Speaking off the record, several producers said Canal+ was attempting to gain free-to-air (FTA) rights to their shows at no extra cost. They claim to have been told by the broadcaster that one way to solve the contract stand-off would be to include FTA rights in existing deals. Canal+ is currently considering opening an animation strand on its FTA channel C8.

There is also a suggestion that Canal+ is keen to secure international rights to the shows. However, the SPFA noted that broadcaster investment represents just 20% to 25% of an animation's cost, which is too low an investment to capture both French and international rights.

Last year the SPFA renegotiated all agreements with French broadcasters regarding their commitment to French animation. TF1, M6 and Lagardère's kids' channels renewed existing investment, while France Télévisions agreed to improve on its level. Talks had started well with Canal+ but are now at a dead end.

Canal+ has relaunched its kids' channels Tototoon+ and Piwi+ over the past couple of years with an ambitious animation commission strategy.



Marie-Agnès Bruneau
15-08-2017
©C21Media

SECTION: C21MAG

Tweet

0

Share



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.
Take the tablet!



Send us your news by

that uncovers
your city's
secrets!



Palestinian dino show pitches up at MIFA

ANNACY: A Palestinian animated show about a dinosaur's friendship with a robot and a 2D series from Ukraine are amongst projects being unveiled at this year's MIFA Pitches session.



MIFA Pitches finalist Dino Meets Robo

Almost 350 projects were submitted ahead of the event, which provides an opportunity for producers of properties in development to find broadcast and producer partners.

The TV category finalists include *Dino Meets Robo* (30x6'), a show from Palestine-based duo Basel Nahr and Ahmad Saleh that follows a dinosaur who befriends a robot to explore new scientific concepts.

The preschool show combines 2D animation, cut-outs and puppetry techniques and is seeking coproduction partners here at the **Annacy** International Animation Film Market (MIFA).

Mom Hurries Home (26x7') is from Ukrainian prodco Glowberry Productions and revolves around a young boy's parents who overcome incredible obstacles each night to ensure they eat together as a family. The 2D preschool animation is seeking broadcast and coproduction partners.

Also on the shortlist is *Distinguished Dinosaurs on a Quest to Fulfil a Promise*, a 13x22' 2D series from Colombia.

The show is being directed by Juan Manuel Urbina and is seeking broadcast, production and distribution partners. It follows four "newly civilised" dinosaurs who inherit a fortune from their adoptive father and are now intent on fulfilling his final wish.



Richard Middleton
15-06-2017
©C21Media

Tweet

0

Share

Print



Download the
June edition of
C21 magazine
for iPad now.
Take the tablet!



Send us your
news by
clicking here

Home > News > Rai reveals Ragazzi structure



Rai reveals Ragazzi structure

ANNECY: Italian pubcaster Rai has unveiled more details behind its reorganised children's operation Rai Ragazzi and has pledged to increase its spending on kids' content.

Luca Milano was **named** director of the new division in April and will oversee Rai Ragazzi's operations, which include kids' nets Rai Yoyo and Rai Gulp along with the broadcaster's animation unit and its children's drama production arm.

The new structure was revealed by recently **deposed** director general Antonio Campo Dall'Orto earlier this year, and Milano said here in **Annoy** that it would consist of four main divisions.

These include a production and coproduction arm that will work on animation and drama; an acquisitions team; an in-house productions arm, with a focus on live-action shows; and a web- and digital-focused division. A scheduling arm and a business affairs division will also be created.

Milano said execs to lead the various arms had not yet been chosen, but added that Rai Yoyo exec Annalisa Liberi would act as "point of reference" for acquisitions until final appointments were announced.

The decision to merge the divisions had not been made to drive cost-efficiencies or cut budgets, Milano said.

"We will try, of course, to use our money efficiently but the idea is not a financial reorganisation. It is an editorial one. We want to create a structure that will better serve the public and the audiovisual sector. And we want to innovate to do more," he explained.

"We have invested not less but more in children – the budget for 2017 is higher than what we had last year. That is a sign that this unification is for a new presence and a relaunch of Rai in this field."

Most of the budget will be used "in cooperation with Italian and European indies," Milano said, adding that Rai had a "commitment" to domestic companies. He advised international producers to find local Italian partners if they wanted to work with the pubcaster.

Particular genres of interest include preschool animation and drama, but the Rai Ragazzi boss said he wanted to "enlarge" its scope into period drama, fantasy and constructed reality programming.



Richard Middleton
15-06-2017

C21Media

in.com/the-brain-superhuman-format/




Download the June edition of C21 magazine for iPad now.


Take the tablet!





Send us your


Breaking News


- 


Tenerife's Growing Animation Industry Is Making A Splash At Annecy
2 weeks ago
- 


Disney's New Digital Series 'Ginger Snaps' Is Definitely Not For Kids
15 hours ago
- 


TUTORIAL: How To Animate A Cube In Houdini
16 hours ago
- 


'Transformers: The Last Knight': Behind Dumblebee's New Trick
21 hours ago
- 


CB Fest Premiere: 'Tough' by Jennifer Zheng
2 days ago
- 


Studio Ghibli Fest Starts Today Throughout The United States
2 days ago
- 

Artist of the Day: Taylor Krahenbuhl
3 days ago
- 

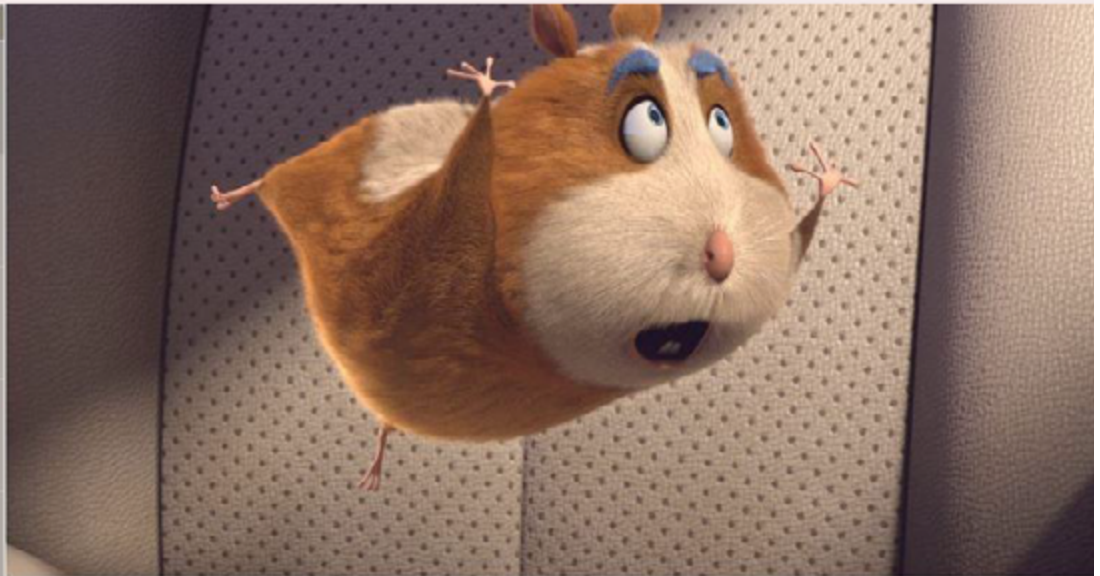
Disney and Pixar Accused Of Stealing 'Inside Out' In New LawsUIT By Parenting Expert
4 days ago
- 

'The Story of An Idea' by F.X. Goby
4 days ago
- 

GKIDS Unveils New Trailer, N.Y./L.A. Dates For Sébastien Laudenbach's Stunning 'The Girl Without Hands'
5 days ago
- 

'Wiggling Out' by The Nib and Augenblick Studios
5 days ago
- 

Google Doodles Celebrates Abstract Animation Legend Oskar Fischinger
5 days ago



PRESENTED BY TENERIFE FILM COMMISSION

Tenerife's Growing Animation Industry Is Making A Splash At Annecy

By Cartoon Brew Connect | 06/15/2017 10:00 am |  0 Comments

Tenerife is on the up, and one sector in particular is leading the way. Unique in Europe for its exceptional tax incentives, enviable infrastructure and diverse talent pool, companies on this Spanish isle are confident in its bid to become one of Europe's leading regions for animation production.

The Canary Islands were on full display this morning during the MIFA market at Annecy Festival 2017. A **territory focus on the Canary Islands** brought together more than a half-dozen animation studios operating from this Spanish region for a discussion on its state of animation. Combined with the announcement of the first-ever Ibero-American Animation Awards set to take place in Tenerife, it's been a big week here at Annecy.



Participants in the territory focus on the Canary Islands that took place on June 15 at Annecy's MIFA market.

As Cartoon Brew [previously reported](#), Tenerife has recently turned its focus toward the animation and vfx industries with a raft of initiatives designed to invigorate the sector. We spoke with several companies and animation professionals to find out why they think animation production is about to boom on the island.

There are many characteristics unique to the biggest and most populous of the seven Canary Islands, like an excellent network of highly qualified and multi-skilled professionals from across the world living on the island and several specialized animation training programs.

For the Spanish-American film director [Miguel A. Fuertes](#), Tenerife is flawless, comparable only to Hawaii in terms of weather but much more competitive when it comes to animation production. Fuertes, whose filmography includes contributions to projects directed by Steven Spielberg, George Lucas, James Cameron, Ang Lee, George Miller, and Juan Campanella, decided to relocate to the island two years ago. "It's a place



I always loved to visit on holiday, but I eventually decided I wanted to live and work here as well," he told Cartoon Brew. Miguel A. Fuertes.

This transition was made easier thanks to Tenerife's excellent connectivity, with two international airports giving access to 170 European cities in under four hours' flight time. This allowed him to continue working on international projects such as Carlos Baena's horror short *La Noria*, while also working on personal projects in his spare time like the short film *Sigma*, in conjunction with local animator Carlos Miranda.

Since Fuertes moved to the island he has noticed how fast it's rising in the estimation of international animation companies, and he feels that something special is about to happen very soon. He is keen to point out how Tenerife is a land of great opportunity at the moment with loads of artistic talent and the reputation of Spanish animators on the international market.

Tenerife is also well connected digitally. Its communications infrastructure is highly developed, with six high-speed undersea internet cables and a fiber optic loop providing ultra-fast broadband to the island with speeds of up to 5.12 tbps. Another of the island's major assets is the supercomputer Teide-HPC, currently one of the most powerful computers in the world and the only one specially optimized for rendering animation.



Animated features that have been rendered in Tenerife include "Tad the Lost Explorer 2," "Capture the Flag," and "Ozzy."

[SummuS CGI](#), the Canarian subsidiary of Madrid-based SummuS Render, was the first rendering company to exploit this powerful resource. Fernando Viñuales, co-founder & commercial director of the company, explained that "the Teide-HPC data center was adapted as an extension of our own render farm, building one of the biggest online rendering services in the world." *Capture the Flag* was the first feature film to use this technology, and since then other projects to follow suit have included cg films like *Kingsglaive: Final Fantasy XV*, *Ozzy*, *Tad the Lost Explorer 2*, and *Animal Crackers* (pictured at top).

Alfonso Ruiz is the third founding member of [La Casa Animada](#), the oldest animation studio in Tenerife, together with Ana Sanchez and Juan Antonio Castaño. Before converting to animation they were known for La Mirada Producciones, a live-action production company which in 1996 was awarded the first Spanish Academy Award nomination in the short film category, Juan Carlos Fresnadillo's *Esposados*.

"At that time we seemed to specialize in debut productions," acknowledges Ruiz. The producer's drive to give opportunities to new talent continued with their evolution into an animation company, when La Casa Animada became the first place to offer animation seminars in the island. The purpose was to create an environment favorable to animation production in Tenerife by developing the pool of young talent the industry could draw on.



The team from La Casa Animada with characters from "Cleo."

The process paved the way for several tv shows like *The Archie's Club* and *Cleo*, the latter the most acclaimed production by the studio. Stating that the island is "even richer in local talent than in beautiful landscapes," Ruiz is a strong advocate of local studios like [TBDC](#), a young company which is expanding internationally and would have been forced to migrate if Tenerife's recent tax incentives for the sector hadn't materialized.

Challenged with the question of what would make the key difference for the animation industry on the island, all three offered different ideas. For Viñuales, the Canarian government's tax reforms and institutional support for the animation and vfx industries is creating just the right dynamic for business to blossom.

Fuertes feels that the icing on the cake would be the arrival of a big name international studio with a portfolio of awards to really open the floodgates and attract even more companies to Tenerife, citing the example of Ireland and Cartoon Saloon. Ruiz however considers the impressive pace of Spain's economic recovery last year and the smart decision by the Canary isles to focus on the animation industry to be the perfect formula for the sector to boom in Tenerife.



BLOG


BRIDGING THE GAP ANIMATION LAB

Of course, one key way that Tenerife is already distinguishing itself is the role it plays as a host for major animation events. In July 2017, 2018, and 2019, Tenerife is set to host [Bridging the Gap](#), an animation lab where young talents from all around the world meet and develop their skills in financing and producing their projects with the support of internationally renowned industry professionals and decision makers. With over a hundred projects submitted from 29 countries, this year's third edition has been the most successful to date.

Tenerife will also hold a unique event in 2018: the first-ever Ibero-American Animation Awards. Named Quirino in honor of the director of the first-ever animated feature in Latin America, not to mention in the world. These awards will recognize and bring together talent from across the booming LatAm animation industry, together with the one from Portugal, Andorra, and Spain, creating a bridge between both continents and building up a true brotherhood to develop together the huge market that is Ibero-America. More details soon, stay tuned.





atest Movies News

 Andy Serkis' Directorial Debut 'Breathe' to Open London Film Fest

 Aaron Sorkin Signs With CAA

 Clive Davis, Judd Apatow Docs Head Up NewportFILM Festival Lineup

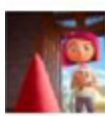
 Fantasy YA Book Series 'Hollow Crown' Nabbed by Disney Hyperion (Exclusive)

 Gersh Signs Oscar-Winning Writer John Irving (Exclusive)

 Steven Yeun Signs With UTA (Exclusive)

 Film Agent Danielle Shebby Exits WME for CAA

 U.K. Film Industry to Get \$25M Infusion for Training, Future Skills

 Smith Global Media Nabs Animated Features 'Charming,' 'Gnome Alone'

 Mel Brooks Cut Just One Joke From 'Blazing Saddles' for Being Too Racy

 Luc Besson's EuropaCorp Posts

AnneCy: Sony Animation Boss Teases New Films, Talks 'Smurf' Misstep: "It Tanked"

4:42 PM PDT 6/15/2017 by Rhonda Richford



Courtesy of Subject
Kristine Belson

"It was truly heartbreaking. In retrospect we had the wrong date," she said of 'Smurfs.' "Honestly, we underestimated what a big hit 'Boss Baby' would be."

Sony Animation president Kristine Belson teased three unannounced projects from new directors that will be added to the upcoming slate during her keynote at the AnneCy Animation Festival.

The projects include a family road trip comedy from *Gravity Falls* actor Mike Rianda; the prehistoric origins of the "universal love story" between man and dog from commercial director Jon Saunders; and comedy about a billionaire forced to grow up when he takes on the orphaned children of his former foe from *Kubo and the Two Strings* story creator Shannon Tindle.

She clarified that the dog and man film is not an Aardman project, which the studio has worked with before.

Belson noted that all three are first time feature directors – though the trio are all white males, a possible criticism that she addressed: "As diverse as the slate is, and the movies are diverse, I can't pretend the filmmakers behind them are, and that's something we feel strongly about working on," she said.

The three projects will be scheduled for 2020 or 2021.

In a surprise move, their calendar will be blank for 2019, Belson said, with no films set to be released that year. She framed it as a positive thing, saying that it means “one of our movies got more time.”

The *Angry Birds* sequel will come out in 2019 and fill that space, which, even though it's animated, is a Sony studio film and doesn't come from the animation arm.

Sony Animation is also looking at acquiring an independent project, which would be released during that year.

The small studio will also be making a big play in the digital space, to find different kinds of content, financial and distribution models.

“We feel strongly that to not look beyond the traditional theatrical distribution model would be a huge mistake. The way that audiences view movies is changing fast and to cling to these antiquated notions that the only way for an audience to experience our animation is in a theater would be foolish,” she said.

It will develop several projects under what she called the “All Content Slate.” That includes R-rated animated films, which Belson termed “lower-budget, older-skewing films that push the boundaries,” citing the recent *Sausage Party* success. Depending on how they shake out, those could get a big or small screen release.

What is set for online is its two musical limited-series shows. “These are digital plays for sure. These will wind up on Netflix or Amazon,” she said. “It's kind of odd for a studio division like ours as we are a major distributor. It's a little weird that we would go and make a deal with Netflix,” she said of the not-so-gentle streaming giant.



READ MORE

[Annecy: Guillermo del Toro Talks Creative Freedom With Netflix, the Future of 'Hellboy'](#)

AnneCY Fest, GKIDS & Variety Launching 'Animation Is Film' Festival

Inaugural edition to take place October 20-22, 2017 at Mann's Chinese Theater in Los Angeles.

By **Jennifer Wolfe** | Friday, June 16, 2017 at 12:55pm

In [Business](#), [Festival](#), [Films](#), [People](#), [Places](#), [Short Films](#) | [ANIMATIONWorld](#), [Headline News](#) | Blogs: [Animated Travels](#) | Special Events: [AnneCY](#) | Geographic Region: [North America](#)



ANNECY, France -- Independent animation distributor **GKIDS**, the [AnneCY International Animation Film Festival](#) -- the world's leading animation Festival and Market -- and **Variety** magazine have announced the launch of **ANIMATION IS FILM**, an annual animation film festival in Los Angeles. The first edition will run October 20-22 at the TCL Chinese 6 Theater in Hollywood (Mann's Chinese Theater) with a showcase of 20 programs including feature films in competition, special presentations, retrospectives and short film programs.

ANIMATION IS FILM aims to fill a gap in the U.S. market by establishing a world-class animation festival on par with the major events in Europe and Asia -- and locating it in the world capital of animated filmmaking.

The Festival will be a vocal advocate, in the heart of Hollywood, for excellence in animation, and for filmmakers who push the boundaries of their art to the fullest range of expression that the medium is capable of.

The mission of the Festival is to:

- Present a highly selective, annual showcase of the best new works of animation from around the world, with programs for both adults and families.
- Champion and support filmmakers who use animation to pursue unique cinematic visions and who are unconstrained by conventional notions of what animation is capable of.
- Champion and support women filmmakers.
- Champion and support filmmakers from a wide range of cultural, economic, and national backgrounds.
- Support communication, understanding and positivity in the world.

The Festival Organizing Committee includes:

- Eric Beckman -- Founder and CEO, GKIDS, Co-founder, New York Int'l Children's Film Festival
- Patrick Eveno -- CEO, CITIA - AnneCY International Animation Film Festival
- Mickaël Marin -- CITIA Managing Director, Head of Economic Development & Mifa
- Marcel Jean -- Artistic Director, AnneCY International Animation Film Festival
- Michelle Sobrino-Stearns -- Group Publisher, Variety
- Steven Gaydos -- Executive Editor, Variety
- Peter Debruge -- Chief Film Critic, Variety
- Fumi Kitahara -- Chair of Publicity, Women in Animation

Of the Festival, GKIDS Founder and CEO Eric Beckman said, "Creating a stateside film festival that recognizes the highest aspirations of animation as a cinematic art form has long been a dream of GKIDS. We are thrilled that AnneCY and Variety have partnered with us to launch Animation Is Film and bring exceptional animated filmmaking from around the world to audiences in Los Angeles, the world capital of filmmaking. We look forward to working with an expanding group of partners and supporters to grow the festival over the coming years."

"The AnneCY International Animation Film Festival and Market are excited to be working together with Variety and GKIDS to create Animation Is Film. This new event is a wonderful opportunity to radiate animation and all its diversity in the heart of Hollywood and is a very important step in our strategy to expand abroad. The festival is another occasion, following AnneCY Goes to Cannes and the creation of the AnneCY Asia International Animated Film Festival in Seoul, to promote films and artists from all over the world to an even wider audience."

"We are honored to partner with GKIDS and AnneCY to bring the best of animated films to Los Angeles through the launch of Animation Is Film," said Variety Group Publisher and CRO, Michelle Sobrino-Stearns. "The festival will be a champion of excellence in animation, an exciting audience event, and a significant new addition to the cultural landscape of Los Angeles."

Source: [GKIDS/AnneCY International Animated Film Festival](#)





Canal+ speaks out over legal threat

ANNECY: France's Canal+ has responded to a threat of legal action over unpaid production fees, claiming that the contracts are only on temporary hold, but is asking producers to be more flexible.



Jean-Marc Juramie

Animation producers' union SPFA **announced at Anancy** yesterday that it was considering taking the pay TV operator to court if it failed to honour contracts with its members.

The dispute relates to so-called 'memo deals' for around 10 commissions that are already in production. Canal+ was accused of pressuring prodcos to renegotiate the agreements and drop prices by around 20% as well as give up

international rights for no extra money.

Interim director of Canal+ kids' channels Jean-Marc Juramie agreed to speak to a small group of journalists about the issue yesterday, saying that animation contracts are on hold due to the recent introduction of a new decision-making process at the broadcaster and it was just a matter of timing.

However, he admitted that in future, the group would expect producers to agree to wider-reaching deals as Canal+ continues to try to reduce financial losses.

Juramie said: "The number of shows concerned is six rather than 10 and the problem is due to the recent introduction of a new group acquisition division. Projects now need to be validated centrally after they have been greenlit by the various channels themselves, which greatly changes the decision-making process."

He said the 20% figure corresponds to the savings the groups needs to achieve overall and is a basis for negotiation.





Disney 'won't take on YouTube'

ANNECY: Disney's TV animation studio chief Eric Coleman has said the Mouse House won't try to compete with YouTube to attract viewers as the animation landscape becomes "inundated" with content.



Eric Coleman

animation on the internet."

However, he sought to put clear water between the types of shows available on the Google-owned service and programming from the Mouse House, which unveiled its own originals on Wednesday including a show based on the movie 101 Dalmatians.

"We are careful not to try to out-do YouTube," Coleman said. "YouTube has an unlimited sea of creators creating a certain type of show and I believe the best strategy for us is to do what we do best, which is create a higher quality of content."

Coleman said Disney would create shortform, micro and social content for all platforms and explore "less expensive expressions" of its shows, but said it would not shift its strategy of focusing on high-end animation.

"We certainly look for ways to have faster, less expensive expressions of our shows but not to replace our higher quality series with anything faster or cheaper. That's not to say that type of animation is bad, it's just a choice for companies."

The Disney exec added that brands were becoming vital to cut through the clutter online – something he claimed was providing opportunities for his company.

"As the landscape gets more inundated with all entertainment content, it will be more important to have strong brands. The audience will look to brands that they trust, so our strategy is to be true to our roots and provide shows that are rooted in the quality that has always been the hallmark for Disney Animation.

"When people out there are looking for Disney programming, that is what they will expect."



Richard Middleton

YouTube has established itself as a major competitor in the children's space over recent years, launching a [dedicated app](#) for kids in 2015 and expanding its originals slate late last year with shows such as Mac & Izzy.

Coleman, Disney Television Animation's senior VP for original programming and general manager, admitted the landscape had changed "dramatically" over recent years, with "so many places for lower cost

Tweet

Share



Download the June edition of C21 magazine for iPad now.

Take the tablet!



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

ALSO ON C21MEDIA TODAY

that uncovers
your city's
secrets!



France TV ups animation investment



Studio Harv's Grizzy and The Lemmings

ANNECY: France Télévisions (FTV) has pledged to increase its investment in French animation by 7% by 2020.

The pubcaster has signed an agreement with French animation producers' union the SPFA that promises to up its investment from €29m (US\$32m) a year to €30m in 2017 and 2018, and €32m in 2019 and 2020.

FTV is the biggest animation commissioner in France, airing half the shows produced in the country.

Its decision to increase investment is good news for the SPFA, which is currently in legal dispute with Canal+ over the pay TV giant's attempts to renege on existing deals with animators.

Speaking in **Annecey** yesterday, FTV VP of programmes and strategy Xavier Couture cited the good performances of animation across the group's channels, both linear and on demand, as one of the reasons behind the move. Animation is responsible for half the total catch-up figures at the pubcaster and 100 million video views per month, he said.

FTV kids' and family channel France 4 improved its performance this season. The channel's director of children's programming, Tiphaine de Ragueneil, said it was the leading network among kids in the after-school strands with a 17% share of viewers aged under 17 – a 40% increase year-on-year. In the overall four-plus age group, France 4 now enjoys a better audience share than rival Gulli.

The Zouzou preschool blocks, broadcast on France 4 and France 5, also upped their figures this season. Successful shows included Go-n Productions' Simon, which posted audience shares of up to 34% of 4-10s and was renewed.

Tweet

0

Share



Download the
June edition of
C21 magazine
for iPad now.

Take the tablet!



Send us your
news by
clicking here

that uncovers
your city's
secrets!

**MIND
BLOWING
COMPETITION**

Magic Light secures Revolting win at Anecy

ANECY: UK show Revolting Rhymes took the top TV prize as the Anecy International Animated Film Festival drew to a close over the weekend with its Cristal awards ceremony.



Revolting Rhymes was adapted from Roald Dahl's fairy tales

UK prodco Magic Light Pictures took the Cristal for best TV production for Revolting Rhymes (2x30'), adapted from the iconic Roald Dahl fairy tales.

It marks the third time that Magic Light has won the award at **Anecy**, which took place last week and attracted a record number of participants from around the world, including a large contingent of producers from China.

Revolting Rhymes has already been sold into 37 countries including Australia, Ireland, France, Netherlands, Spain and Israel, having been originally ordered by BBC1 in the UK.

The show was coproduced with ZDF in Germany and is directed by Jakob Schuh, Jan Lachauer and Bin-han To, with Magic Light's Martin Pope and Michael Rose producing.

Pope, co-founder of Magic Light, said: "Bringing Roald Dahl's brilliantly imaginative stories to the screen was a joy. It's marvellous that the films are now being enjoyed by audiences all over the world."

Elsewhere, Netflix animation BoJack Horseman received special distinction for a TV series for its episode Fish Out of Water, while Japanese movie Lu Over the Wall took the Cristal for best feature film. Loving Vincent, about artist Vincent Van Gogh, took **Anecy's** audience award.



Richard Middleton
19-06-2017
©C21Media

Tweet

0

Share



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

ALSO ON C21MEDIA TODAY



FESTIVALS

ANNECY 2017: Annecy To Launch New Festival In Asia

By [Amid Amidi](#) | 06/19/2017 7:55 pm |  1 Comments

Last week at the Annecy festival in France, the event's organizers announced a second major animation event that will bear the Annecy trademark: the Annecy Asia International Animation Festival set to debut in Seoul, South Korea.

The new Asian festival represents a partnership between CITIA (the French organization that runs the Annecy festival) and SBA Animation Center (organizers of SICAF, Seoul International Cartoon & Animation Festival), in addition to Korean telecommunications company SK Broadband.



Harry (Sang Chul) Yoon of SK Broadband, Hyungchul Joo (SBA – Seoul Animation Center), and Patrick Eveno (CITIA) signing the Anney Asia partnership agreement last Tuesday in Anney. Photo: G. Piel/CITIA.

The inaugural event will take place September 2019 at the Digital Media City, a high-tech complex spanning over six million square feet that includes theaters, museums, exhibition spaces, and conference rooms.

“The Anney Festival, set in a town with a beautiful landscape, will be associated with Seoul, Asia’s central city that has its own history and is also developing technology of the future,” said Hyungcheol Joo, CEO of SBA Animation.

“Together, we will create the most popular animation festival in Asia.”

In many ways, launching a new festival in the heart of the Asia’s scorching-hot animation industry is a no-brainer. But it also represents a gamble on Anney’s part to dissociate the festival brand from its French location, which is key to its uniqueness. The world’s animators used to come to Anney; now Anney is taking the show to them.

If the Asian animation community stops coming to France and chooses to only attend their localized version, it would weaken the international flavor of the original event, which brings together artists from every corner of the globe. On the other hand, an offshoot event could inspire more people in Asia to attend the main event, helping to expand what is already the world’s largest international animation festival.


The Anney organizers are confident that the idea will work in everyone’s favor. “With this partnership, we mutually engage to unite our skills,” said Mickaël Marin, CITIA managing director. “We are certain that this international dynamic will enrich all parties involved collectively.”

Pro Tools

> Create account

- Register a [festival](#) or a [film](#)
- [Submit film to festivals](#) [Promote for free](#) or with [Promo Packages](#)

French version

RSS Feeds 

[Filmfestivals.com](#) + [fest21.com](#) merger

Enjoy here the best of both worlds: Portal with Film & Fest News and Social network for the festival community.

Since 1995 we connect films to festivals and document the world of festivals worldwide. We offer the most comprehensive festival directory of 6 000 festivals, browse festival blogs, film blogs...and promote yourself for free.

User login

Username: *

Password: *

- [Create new account](#)
- [Request new password](#)

[Festivals](#) [All content](#)

Active Members



Metamora Fil



Moscow Inter



chagrindocfe



Editor



The Evil Wit



International Documentary Film Festival JIHLAVA IDFF



Grossmann In



Dawn Westlak

[Siraj Syed](#)

[Pierre Yves](#)



AwardsWatch



Winter Film



[Claus Muelle](#)



[Bruno](#)

AnneCy International Animated Film Festival



Specialised in animated films, shorts, medium and feature length. Annecy is the place for discovering, sharing, organizing meetings, finding partners, the place where animation is made, develops, innovates and holds people's attention.

The Festival took place from 12th to 17th June 2017
ENGLISH FRENCH COVERAGE

[FESTIVAL](#) | [MEETINGS](#) | [MIFA](#) | [TAKE PART](#) | [ZOOM ANNECY 2016](#) | [PROGRAMME](#) | [TICKETS](#)

[XML](#) [View my profile](#) [Images](#) [Videos](#)

[Home](#) >> [Blogs](#) >> [AnneCy International Animated Film Festival's blog](#) >> [Creation of the AnneCy Asia International Animated Film Festival in Seoul](#)

Creation of the AnneCy Asia International Animated Film Festival in Seoul

"AnneCy" Deploys its Trademark Abroad



Harry (Sang Chul) YOON (SK BROADBAND), Hyungchul JOO (SBA - SEOUL ANIMATION CENTER), Patrick EVENO (CITIA)
Photo : G. Piel/CITIA

On Tuesday 13th June 2017 during the AnneCy International Animation Film Market, CITIA, Image et industries créatives (France), the SBA Animation Center (South Korea) and SK Broadband (South Korea) signed a partnership agreement to create a new animation festival in South Korea: The first AnneCy Asia International Animation Film Festival will take place in Seoul in 2019.

CITIA, organiser of the world's biggest animation festival, is deploying its trademark and expertise abroad. This is a new step in this strategy after two years of AnneCy Goes to Cannes. The creation of the AnneCy Asia International Animation Festival is a project carried out in cooperation with the SBA Animation Center and SK Broadband (South Korea's leading broadband provider).

The three partners plan on launching the project in September 2019 at the Digital Media City (DMC), in the heart of Korea's cultural industry. Created in 2002, this high-tech complex dedicated to new digital technologies spans across 570,000 m² with offices, exhibition spaces, conference rooms... In two years, the first edition of this Festival dedicated to international animation will be held inside this cultural hotspot.

"With this partnership, we mutually engage to unite our skills. This is a great opportunity to spread the AnneCy trademark abroad. We are certain that this international dynamic will enrich all parties involved collectively", exclaimed Mickaël Marin, CITIA Managing Director.

In South Korea, the animation sector is rapidly developing. This partnership will therefore enable the country to give structure to its industry, to step onto the international market and promote the exporting of local productions.

"The AnneCy Festival, set in a town with a beautiful landscape, will be associated with Seoul, Asia's central city that has its own history and is also developing technology of the future. Together, we will create the most popular animation festival in Asia", said Joo Hyungcheol, CEO of SBA Animation.

About the SBA Animation Center

Founded in 1999, the SBA Animation Center supports South Korea's comic book, video game and animation industries by organising different activities, exhibitions and the Seoul International Cartoon & Animation Festival (SICAF).

About SK Broadband

SK Broadband, previously known as Hanaro Telecom, is a telecommunications company based in Seoul, which is one of the leading broadband providers in South Korea.

About CITIA

CITIA is a resource and expertise centre in the field of images and creative industries, covering culture, economy and training/research. Headed up by Patrick Eveno, CITIA organises the International Animation Film Festival and Market (Mifa) and the Forum Blanc. It also contributes to developing the local economy by offering training possibilities, supporting specialised companies and hosting the sector's unifying space Les Papeteries - Image Factory.

[More information](#)



China and Poland Launch Animation Coproduction

FEATURED

KATARZYNA GRYNIEŃKO 2017-06-22

Search ...

font size | Print | Email



Hug Me

ANNECY: Poland's [Animoon Studio](#) signed a preliminary agreement with China's Animaex Animation to coproduce the next series of the Polish hit animated show *Hug Me*. The agreement was signed during the [Annecy International Animated Film Festival and Market](#).

Hug Me / Przytul mnie is a children's animated series about Father and Teddy, two bears who live in a forest. Every day is different than the other, full of new adventures, so they are never bored. Charismatic, and a bit clumsy Father, together with unstoppable and caring Teddy, can cheer everyone up and lend a helping hand to many animals in the forest.

The 2D animated series is based on a book *Proszę mnie przytulić / Please Hug Me* written by Przemysław Wcheterowicz and Emil Dziubak, published by wydawnictwo Ezop. The first series of the show, which premiered on 15 April on [Puls 2](#), was produced by Animoon Studio in coproduction with [Studio Pigeon](#), [Studio Spot](#), [LSW](#) and [Bartosz Wierzbęta](#). The series received production support from the [Polish Film Institute](#).

The series would be the first Polish animated series after 1989 to be exported to the Chinese market and continue the past success of classic Polish animated series productions like *Bolek i Lolek* (1936, Rex-Film) and *Reksio* (1972-1988, SFR). The production of the second season of the show with Chinese support is planned for the end of 2017.

GKIDS Announces Major U.S. Festival Devoted to Animated Films

By Ryan Thaxton | June 23, 2017 | 2:17pm

Images via GKIDS

[MOVIES](#) > [NEWS](#) > [GKIDS](#)

f Share

🐦 Tweet

📄 Submit

📌 Pin



ANIMATION IS FILM is an argument many have made over the years, and now the name of the first major animation film festival in the US.

The festival is being developed by GKIDS, a production and distribution company for animated films like [My Life as a Zucchini](#) and [My Entire High School Sinking Into the Sea](#), two hilarious and innovatively stylish animations whose creators are being heralded as some of the biggest up-and-comers in the industry. GKIDS ensure these films find their way to domestic screens and help other foreign creations, such as Studio Ghibli films, find a place Stateside.

GKIDS will launch the festival this October in partnership with France's Annecy International Animation Film Festival and *Variety*. The first edition of the festival will run Oct. 20-22 at [Hollywood's](#) TLC Chinese 6 Theatre, showcasing 20 programs, including feature films in competition, special presentations, retrospectives and short film programs.

ANIMATION IS FILM will fill the U.S. gap, which is obvious when compared to other countries who have their own animation-centric festivals such as France's Annecy, Montreal's Stop Motion Festival and Seoul's International Cartoon and Animation Festival. In the U.S. most animation films are placed in other sections of larger film festivals while nearly all other countries have film festivals devoted solely to animation.

The festival will also aim to feature female and minority filmmaking, an important facet for a festival looking to lift animation into the upper echelons of cinematic art. GKIDS Founder and CEO Eric Beckman said his hopes for the festival in a statement, "Creating a stateside film festival that recognizes the highest aspirations of animation as a cinematic art form has long been a dream of GKIDS. We are thrilled...[to] bring exceptional animated filmmaking from around the world to audiences."

You can watch a clip from [My Life as a Zucchini](#) [here](#).

f Share

🐦 Tweet

📄 Submit

📌 Pin

▼ More

Studio Ghibli's American Distributor Is Launching a New Festival That Could Change Animation in America

GKIDS has announced its ambitious new ANIMATION IS FILM festival, and it looks promising. Plus: More festival highlights.



Kate Erbland

Jun 23, 2017 11:15 am

@katerbland



"My Life as a Zucchini"

Our weekly [Film Festival Roundup](#) column explores notable stories and news updates from the circuit. [Check out last week's Roundup right here.](#)

Producer and distributor GKIDS has a big idea for the animated world, best expressed in three little words: ANIMATION IS FILM. It's both a philosophy and the name of a newly announced festival cooked by the company best known for bringing animated offerings from Studio Ghibli and other rising stars (think "My Life as a Zucchini" and "My Entire High School Sinking Into the Sea") to domestic screens. GKIDS will launch the festival this October in partnership with both France's own Annecy International Animation Film Festival and IndieWire's sister publication, Variety.

Envisioned as an annual event, the inaugural edition of the festival will run October 20 – 22 at the TCL Chinese 6 Theater in Hollywood (better known to most as Mann's Chinese Theater), complete with a showcase of 20 programs that includes feature films in competition, special presentations, retrospectives and short film programs.

ANIMATION IS FILM has been designed with a very specific goal in mind, to bring a world-class animation festival to the U.S. which, unlike Europe and Asia, is severely lacking when it comes to such annual offerings. Other countries boast animation-centric festivals like Annecy, Montreal's Stop Motion Festival, the Ottawa International Film Festival, and the Seoul International Cartoon & Animation Festival, but the U.S. doesn't have such large-scale events, instead festivals often screen animated films as part of other sections. ANIMATION IS FILM hopes to fill that gap and provide a new space for larger audiences to enjoy animated films in every form.

But while the festival's most obvious aim is to bring high-quality animated offerings to North America via a splashy new event, its official mission reveals that the fest is also focused on exploring other needs in the industry, including an emphasis on supporting female filmmakers and other underrepresented groups. ANIMATION IS FILM doesn't just want to screen the best in animation to its audience, it also wants to highlight and explore up-and-coming talents, new styles of work, and push past traditional ideas of the very medium itself.

ANIMATION IS FILM is built around five core missions, including "presenting a highly selective, annual showcase of the best new works of animation from around the world," though it will also "champion and support filmmakers who use animation to pursue unique cinematic visions and who are unconstrained by conventional notions of what animation is capable of." And those filmmakers? AIF hopes they can represent all sorts of creators, from female filmmakers to "filmmakers from a wide range of cultural, economic, and national backgrounds."

In an official statement, GKIDS Founder and CEO Eric Beckman commented, "Creating a stateside film festival that recognizes the highest aspirations of animation as a cinematic art form has long been a dream of GKIDS. We are thrilled...[to] bring exceptional animated filmmaking from around the world to audiences."

Beckman is joined on the festival organizing committee by Patrick Eveno, Mickaël Marin, Marcel Jean, Michelle Sobrino-Stearns, Steven Gaydos, Peter Debruge, and Fumi Kithara.

Consider whitelisting AWN.com

Ads allow us to provide content to you free of charge
Learn how to whitelist us by clicking here[HOME](#)[NEWS](#)[BLOGS](#)[ANIMATIONWORLD](#)[VFXWORLD](#)[EVENTS](#)[FORUM](#)

Animalps Announces Co-Productions Post MIFA

The French production company has an exciting slate of co-productions following this year's MIFA at Annecy, France, including animated series and features, with companies like Future Dog Studio, Nippon Animation and Michele Guaschino Studio.

By [AWN Staff Editor](#) | Monday, June 26, 2017 at 12:42pm

In [2D](#), [Business](#), [Cartoons](#), [Event](#), [Films](#), [Television](#) | [ANIMATIONWorld](#), [Headline News](#) | Special Events: [Annecy](#) | Geographic Region: [All](#)



Animalps Productions (France) and Future Dog Studio are co-developing the animated feature film *The 20 Days*. The story is adapted from the Italian book *Le 20 Giornate di Torino* by Giorgio di Maria, published in 1977. The novel has just released in the U.S., published by Norton & Company, Inc...

Well known Japanese production company Nippon Animation will co produce the animated series *Chad & Clark* (26 x 7'), with Animalps Productions and MontBlanc Pictures, allowing Nippon Animation the opportunity to share its strong experience in the field.

Animalps Productions is also actively at work on the storyboards for *The Khmer Smile*, and has recently started production on the pilot for the stop-motion series *Barbara*, in collaboration with Future Dog Studio and Michele Guaschino Studio).

Source: [Animalps Productions](#)

- > <http://mainichi.jp/articles/20170619/k00/00m/040/053000c>
- > <http://www.asahi.com/articles/ASK6L4TWDK6LUCLV002.html>
- > <http://www.yomiuri.co.jp/culture/20170619-OYTIT50042.html>
- > http://www.nikkei.com/article/DGXLASDG18H2J_Y7A610C1000000/
- > <http://this.kiji.is/249106812754149377?c=39546741839462401>
- > <http://www.sankei.com/entertainments/news/170618/ent1706180010-n1.html>
- > http://www.huffingtonpost.jp/2017/06/17/story_n_17189990.html
- > <https://www.j-cast.com/2017/06/18300889.html?p=all>
- > <http://natalie.mu/comic/news/237227>
- > <http://www.jiji.com/jc/article?k=2017061800142&g=soc>
- > <http://nlab.itmedia.co.jp/nl/articles/1706/18/news016.html>
- > <http://www3.nhk.or.jp/news/html/20170618/k10011021601000.html>
- > <http://www.sankeibiz.jp/econome/news/170619/ece1706191451001-n1.htm>
- > <http://www.moviecollection.jp/news/detail.html?p=11347>
- > <http://www.yomiuri.co.jp/culture/20170619-OYTIT50042.html>
- > <http://mainichi.jp/articles/20170619/spn/00m/200/004000c>
- > <http://www.tokyo-np.co.jp/article/national/list/201706/CK2017061902000113.html>
- > <http://www.sponichi.co.jp/entertainment/news/2017/06/19/kiji/20170618s00041000388000c.html>
- > <http://www.oricon.co.jp/news/2092689/full/>
- > <http://www.oricon.co.jp/news/2092691/full/>
- > http://news.tv-asahi.co.jp/news_geinou/articles/hot_20170619_020.html
- > <https://spice.eplus.jp/articles/130423>
- > <https://akiba-souken.com/article/30406/>
- > <https://v-storage.bandavisual.co.jp/catalog/67101/>
- > <http://cho-animedia.jp/anime/17640/>
- > <http://www.crank-in.net/entertainment/news/50276>
- > http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2017-06/19/nw.D110000renmrb_20170619_4-03.htm
- > http://www.eramedia.com.ua/article/262819-konkult_ukranskiyi_stend_na_knorinku_mifa_market_u_franc_ta_bez/
- > <http://repeatme.ru/novosti/201706/veduschie-animacionnye-studii-rossii-primut-uchastie-3964163.html>
- > <http://chinafilm insider.com/annecy-festival-drops-chinese-film-chinese-government-pressure/>
- > <http://www.proficinema.ru/mainnews/markets/detail.php?ID=222973>

FRENCH PRESS



Le plus grand marché au monde 100 % dédié à l'animation continue son expansion

Avec une croissance ininterrompue depuis près de 10 ans (et 10 % d'augmentation de sa fréquentation en 2016), le Marché international du film d'animation d'Annecy sera prolongé d'une journée et agrandi de 1 000 m² en 2017 ! Le Mifa, qui a fêté ses 30 ans en 2015, dispose d'une surface d'exposition de plus de 4 200 m², et accueille plus de 550 sociétés exposantes internationales.

Le chapiteau principal du Mifa se voit doté d'un étage de plus de 1 000 m² où sont regroupés l'accueil du Mifa, l'espace institutionnel, les écoles ainsi que les espaces dédiés aux prestataires techniques ou aux studios en phase de recrutement.

Ce n'est pas tout : un nouveau dispositif Mifa Campus fait également son entrée : « *Étudiants, professionnels débutants et experts, sont invités à se rencontrer le mardi 13 juin autour de thématiques liées à la formation, au process de création et au recrutement.* » Workshop, présentation d'initiatives et dispositifs tels que les résidences ou les incubateurs, À la rencontre des équipes de recrutement : des studios d'animation.

Enfin, les conférences se dérouleront désormais sur le site du Mifa : un seul et même lieu pour tous les rendez-vous professionnels et donc plus de confort !

Le Mifa renouvelle son partenariat avec le Marché du film

Le Marché international du film d'animation d'Annecy (Mifa), qui se tiendra cette année du 13 au 16 juin, sera préalablement présent au Marché du film de Cannes dans le cadre du dispositif Goes to Cannes le vendredi 19 mai (10h-12h, Palais K, salle J.C. Bory).

L'opération, qui accompagne cinq longs métrages d'animation, permettra à leurs réalisateurs et/ou producteurs de faire état de l'avancement des projets et de projeter séquences, trailers ou artworks à l'attention de distributeurs, investisseurs ou agents de vente.

Les projets présentés sont :

- *Even Mice Belong in Heaven* (République tchèque/Allemagne/France), en fin de développement, présenté en présence de Vladimír Lhoták (producteur, Fresh Films) et Alexandre Charlet (producteur, Les Films du Cygne)
- *Nuna: The Last Myth of the Wamani* (Pérou), en préproduction, présenté en présence de Jimmy Carhuas Tintaya (COO Origami Studio), Diego Lopez-Mobilia (producteur) et Stephanie Massart-Weit (productrice)
- *Nimuendajú* (Brésil), en production, présenté en présence de Tania Anaya, (réalisatrice, productrice Anaya Produções Culturais LDTA), Bruno Hilario (producteur, Anaya Produções Culturais LDTA) et Peter Ketnath (producteur, Cinezeba GMBH)
- *Tito and the Birds* (Brésil), en production, présenté en présence de Gustavo Steinberg (réalisateur, producteur, Bits Filmes)
- *Memoirs of a Man in Pajamas* (Espagne), en production, présenté en présence de Carlos Fernandez De Vigo (réalisateur, Moonbite Games), Jordi Mendieta Vallve (producteur, Dream Team Concept) et Angel De La Cruz Blanco (producteur, Dream Team Concept)

Le Mifa présente une édition 2017 riche en nouveautés

Le Marché international du film d'animation (Mifa) d'Annecy va connaître pour sa prochaine édition, qui se tiendra du 13 au 16 juin, de nombreuses nouveautés. Outre qu'il va durer un jour de plus et que sa surface s'agrandit de 1.000 m², l'événement va accueillir de nouveaux pays avec un stand, à l'image de l'Ukraine, du Kosovo, d'Israël, de la Grèce, ou encore du Danemark, de la Norvège, de la Suède et de la Finlande, qui seront réunis au sein d'une ombrelle Scandinavie. Le Cameroun viendra aussi pour la première fois. Quant à la Chine, pays mis à l'honneur cette année par le Festival international du film d'animation d'Annecy – qui se déroulera du 12 au 17 juin –, elle sera présente avec un pavillon regroupant une vingtaine de sociétés. Une session "Territory Focus" lui sera dédiée et la soirée d'ouverture du Mifa, le 13 juin, sera à l'heure chinoise.

Lancement du Mifa Campus

En parallèle, de nombreux nouveaux exposants seront accueillis, tels que Cartoon Network (Etats-Unis), DQ Entertainment (Inde), The Animation School (Afrique du Sud), la région Occitanie et France in Shorts. Par ailleurs et pour la première fois, une journée spéciale intitulée "Mifa Campus" sera proposée, le mardi 13 juin, à l'attention des étudiants et jeunes talents de pays émergents. Elle a pour vocation de leur donner les clés nécessaires à l'insertion sur le marché de l'emploi. Le parrain de cette première édition du Mifa Campus sera le réalisateur mexicain Guillermo Del Toro (*le Labyrinthe de Pan*), qui se prêtera pour l'occasion à un entretien. Dans le cadre du Mifa Campus, Disney (Etats-Unis) et ILM (Etats-Unis) préciseront les profils qu'ils recherchent. Le Mifa inaugurera aussi un espace "stands de recrutement" en complément des séances de recrutement. Ces sessions seront organisées durant toute la durée du Marché. Parmi les sociétés qui y sont déjà inscrites, on compte Xilam, TAT Productions et Method Animation. Enfin, sont d'ores et déjà confirmés pour les "Share With" : Amazon (Etats-Unis), Arte, Lagardère Active, Nickelodeon (Etats-Unis), GKids (Etats-Unis), TF1... Lors des "Share With", ces acteurs exposeront leur ligne éditoriale et il sera possible d'échanger avec eux.



Mifa / Annecy : les 25 projets sélectionnés pour les sessions de pitch 2017

Le **Marché international du film d'animation (Mifa)**, qui se déroulera du 13 au 16 juin à Annecy, a sélectionné **25 projets** pour ses séances de pitch, ont annoncé les organisateurs, jeudi 20 avril. Ils se répartissent en quatre catégories : séries et spéciaux TV (huit projets, dont quatre français), transmédia (cinq projets, dont deux français), courts métrages (six projets, dont trois français ou en coproduction avec une société française) et longs métrages (six projets dont deux français).

A noter que la sélection ouverte en 2015, Animation du monde, consacrée à la création dans des pays émergents, est

renouvelée avec une sélection de neuf projets cette année.

La sélection pour les sessions de pitch 2017 est composée de :

Séries et spéciaux TV

- *Karyn Splitter: Alien Sitter* de Jon Dalgaard et Scott Vanden Bosch (Australie, Danemark)

- *Les contes du hérisson* d'Alain Gagnol et Jean-Loup Felicioli (Parmi les Lucioles Films, France)

Festival d'Annecy 2017 : Guillermo del Toro parrain du Mifa Campus

Par **ES avec le Festival d'Annecy** — 22 avr. 2017 à 16:45



Déjà venu l'an dernier pour une masterclass et une séance de dédicaces, le réalisateur Guillermo del Toro est à nouveau l'invité du Festival international du film d'animation d'Annecy qui se déroule du 12 au 17 juin 2017.



Les fans français de [Guillermo del Toro](#) auront l'occasion de retrouver le réalisateur du [Labyrinthe de Pan](#) pour la deuxième année consécutive lors de la 57e édition du Festival d'Annecy.

Venu l'an dernier à la rencontre du public pour évoquer son travail, le cinéaste mexicain sera le parrain de la 1ère édition du Mifa Campus. Cette nouveauté propose de réunir le 13 juin 2017 étudiants et professionnels dans le but de "*développer leur connaissance de l'industrie animée et [de] faciliter la rencontre avec les plus grands artistes, sources d'inspiration et d'énergie.*" Del Toro rencontrera au cours de cette journée les jeunes talents de l'animation lors d'une "Conversation With".

En 2016, Guillermo del Toro avait présenté en exclusivité mondiale un aperçu de sa série Netflix [Chasseurs de Trolls](#). Cette année, le show est en compétition officielle en tant que film de télévision.



#CANNES2017 : 11 "GOES TO CANNES" AU MARCHÉ DU FILM

© 28 avril 2017 Actualité Ciné

Les partenariats entre le marché du Film du Festival de Cannes et d'autres festivals volent leur nombre exploser cette année. Pour cette nouvelle édition, il faut désormais compter 11 "Goes to Cannes", soit cinq de plus que l'an passé.



Le principe de ces partenariats est simple. Chacun des 11 festivals met en vitrine une sélection de films à la recherche de vendeur ou de distributeurs au moment du Marché du Film. Il est possible de présenter jusqu'à cinq films en post-production sous la forme d'extraits aux professionnels sur place, accrédités d'un badge marché.

Les festivals qui ont souhaité participer aux événements "Goes to Cannes" sont : Le festival international du film d'animation d'Annecy, Frontières (le Fantasia Film Festival), Los Cabos International Film Festival, le Festival International de Cine Panama, le Festival International du film de Guadalajara, le Festival International du film de Dubai, le Hong Kong-Asia Film Financing Forum, le Vilnius Film Festival, le New Horizon Polish Days et le festival international du film de Thessalonique.

Chaque "petit nouveau" au "Goes to Cannes" apportera son originalité. Le festival de Hong-Kong présentera une sélection de cinéastes asiatiques. Vilnius offrira un aperçu du cinéma belge tandis que New Horizon se concentrera sur le cinéma polonais. Le festival international du film de Thessalonique présentera des films grecs.

Le festival du film d'Annecy proposera le 19 mai, de 10h à 12h :

- *Even Mices Belong in Heaven* (visuel), produit par Vladimir Lhoták (Fresh Film, République tchèque), Alexandre Charlet (Les Films du Cygne) et Lilian Klages (Zoooper Films, Allemagne)
- *Nuna : The Last Myth of the Wamani*, produit par Stéphanie Massart-Weit et Diego Lopez-Mobilía (Origami Studio, Pérou)
- *Nimuenjojú*, produit par Bruno Hilário et Peter Ketnath (Cinezebra, Brésil) et Tanya Anaya (Anaya Produções Culturais, Brésil)
- *Tito and the Birds*, produit par Gustavo Steinberg, Daniel Greco, Felipe Sabino (Bits.productions, Brésil)
- *Memoirs of a Man in Pajamas*, produit par Angel De La Cruz Blanco (Ladybug Films, Espagne) et Jordi Mendicta Vallve (Drcam Team Concept, Espagne)

Le festival de Hong-Kong proposera le 20 mai de 16h à 18h :

- *Echoes* (Hedim), produit par Yoni Paran et Keren Michael (Dorimedia Paran, Israël)
- *Omotenashi*, produit par Jay Chern (Epic Entertainment, Taïwan) et Junichi Kitagawa (Shochiku Studio, Japon)
- *The Third Wife*, produit par Tran thi Bich Ngoc (An Nam Productions, Vietnam) et Three Colours Productions
- *Village Rockstars*, produit par Rima Das (Flying River Films, Inde)

Los Cabos proposera le 21 mai de 14h à 16h :

- *Sex Panchitos Punk*, produit par Chantal Elise Guedy et Tatiana Graullera (Tatiana Graullera, Mexique)
- *The Second Coming*, produit par Tatiana Graullera (Tatiana Graullera, Mexique)
- *My Brother*, produit par Nicolás Celis (Pimienta Films, Mexique)
- *Yesterday Wonder I Was*, produit par Gabriela Gavica, Gabriel Mariño et Isaac Montecillo (UnMundo, Mexique)

Frontières proposera le 21 mai de 16h à 18h :

- *Black Circle*, produit par Andrea Quiroz, Bo Gramfors et Rickard Gramfors (Salto de Fe Films, Black Circle AB)
- *The Dark*, produit par Danny Krausz, Kurt Stocker et Florian Krügel (DOR Film, Autriche) et Andrew Nicholas McCann Smith (First Love Films, Canada)
- *Radius*, produit par Anne-Marie Gélinas et Benoit Beaulieu (EMAFilms, Canada) et Jean Du To (Peripatetic Pictures, Canada)
- *Ravenous/Les Affamés*, produit par Stéphanie Morissette (La Maison de Prod, Canada)

Le Festival international du film de Guadalajara proposera le 22 mai de 10h à 12h :

- *Juan and Vanessa*, produit par Ozcar Ramírez (Artemecanica, Mexique)
- *Absence*, produit par Luis Cifuentes et Claudio Marcone (Tantan Films, Chili)
- *Infection*, produit par Santiago Ortiz-Monasterio et Flavio Pedota (Desenlace Films, Vénézuél)
- *Mi Mundial*, produit par Lucía Gaviglio Salkind (La Gota de cine)
- *My demons never swore solitude*, produit par Lilia Velazco Valle (La Tuerca Films, Mexique)
- *Wind Traces*, produit par Victor Léycegui (Conejo Media S.A. De C.V., Mexique)

Le Festival de Vilnius proposera le 22 mai de 14h à 16h :

- *A Long Day*, produit par Katarina Tomkova (Kaleidoscope, Slovaquie)
- *To Be Continued*, produit par Antra Gaile et Gints Grube (Mistrus Media, Lettonie)
- *Baltic New Wave*, produit par Uldis Cekulis (VFS Films, Lettonie), Arunas Matelis (Studio Nominum, Lituanie) et Riho Vastrik (Vesilind, Estonie)
- *Falling*, produit par Olena Yershova (Tatofilm, Ukraine) et Volodymyr Filipov (InsightMedia, Ukraine)

Le Festival de Dubai proposera le 22 mai de 16h à 18h :

- *Joint Possession*, produit par Emmanuel Barrault (DKB Productions)
- *Marjoun and the Flying Headscarf*, produit par Man Kit Lam (Marjoun)
- *Poisonous Roses*, produit par Karim Aitouna, Thomas Micoulet (Haut les Mains)
- *Until the End of Time*, produit par Karima Chouikh (Making Of Films)
- *Wajib*, produit par Ossama Bawardi (Philistine Films)

New Horizons's Polish Day proposera le 23 mai de 10h à 12h :

- *Diagnosis*, produit par Małgorzata Wabińska (Entertain Pictures, Pologne)
- *Kill It And Leave This Town*, produit par Mariusz Wilczyński et Agnieszka Ścibior (Bombonierka Pologne) et Ewa Puszczynska (Extreme Emotions, Pologne)
- *Speedway*, produit par Arthur Reinhart (Kid Film, Pologne)
- *Thrice Falls the Saint*, produit par Paweł Witecki, Michał Jankowski (Mastershot, Pologne)
- *Tower. A Bright Day*, produit par Marcin Malatyński (Indeks Film Studio, Pologne)

Le festival international du film de Thessalonique proposera le 23 mai de 14h à 16h :

- *ΑΠ*, produit par Giorgos Karnavas (Heretic, Grèce)
- *Dolphin Man*, produit par Rea Apostolides et Yuri Averof (Anemon Productions), Estelle Robin (Les Films Du Balibari), Ed Barreveld (Storyline Entertainment) et Seiko Kato (Impleo)
- *Polixeny*, produit par Fenia Cossovitsa (Blonde, Grèce)
- *Virus*, produit par Giorgos Karnavas, Konstantinos Kontovrakis (Heretic, Grèce) et Mathieu Bompont (Mezzanine Films, France)
- *Happy Birthday*, produit par Costas Lambropoulos (View Master Films), Thanassis Karathanos (Twenty Twenty Vision Filmproduktion), Birgit Kemner (Manny Films, France), Christos Georgiou (Lychnari Productions) et Martin Hampel (Pallas Film)

Le Festival Cine Panama proposera :

- *Cocote*, produit par Fernando Santos Díaz (Guasábara Cine, République dominicaine)

Mickaël MARIN (MIFA) : « Le Marché International du Film d'Animation d'Annecy prend une nouvelle dimension »

27/04/2017



Fort d'une croissance ininterrompue depuis 10 ans, le Marché International du Film d'Animation d'Annecy prend une nouvelle dimension et se déploie encore davantage. Pour en savoir davantage, média+ s'est entretenu avec Mickaël MARIN, Délégué général CITIA, délégué au MIFA (Marché International du Film d'animation d'Annecy).

media+

Quelle nouvelle dimension souhaitez-vous apporter au Marché International du Film d'Animation d'Annecy en 2017 ?

Mickaël MARIN

Notre priorité est d'accompagner sa croissance. En 2016, nous avons comptabilisé 2.800 accrédités, 1.200 sociétés, 370 acheteurs, distributeurs et investisseurs et 69 pays représentés. C'est pourquoi le MIFA 2017 qui se tiendra du mardi 13 au vendredi 16 juin 2017 prend une nouvelle dimension pour accompagner son essor et améliorer ses conditions d'accueil. Nous nous appuyons sur deux leviers importants : rallonger la durée du marché

d'une journée (qui habituellement se déroule sur 3 jours) et faire évoluer les infrastructures. Avec le nombre très important de participants, une journée supplémentaire donne davantage de possibilités aux uns et aux autres d'assurer leurs rendez-vous. En faisant évoluer les infrastructures sur 1.000 m², nous avons aujourd'hui 16% de surface de marché supplémentaire sur un an.

media+

Quelles sont les tendances émergentes sur le marché de l'animation ?

Mickaël MARIN

L'animation touche de plus en plus de pays. Nous avons vu arriver des territoires d'Amérique du Sud, d'Asie et même d'Afrique dont nous n'aurions pas imaginé la présence il y a 5 ou 6 ans. Nous avons créé il y a deux ans le label Animation du Monde qui accompagne les talents et les projets de territoires émergents pour leur donner la chance d'être visibles, et qu'ils soient confrontés à l'industrie mondiale. Autre tendance, le recrutement. L'animation en France a subi une croissance phénoménale avec une augmentation de 30% de la masse salariale sur la période 2016-2017. Il s'agit des effets conjugués de la réforme du crédit d'impôt avec le compte de soutien pour l'animation. Cette année, nous lançons le «MIFA Campus», une journée dédiée pour stimuler la rencontre entre jeunes talents et professionnels de l'industrie.

media+

Quelle est la quête de l'industrie de l'animation au niveau mondial ?

Mickaël MARIN

De nombreux projets de réalité virtuelle commencent à voir le jour. L'exploration de cette technique apporte de nouvelles formes narratives. Comme toute innovation, il faut voir si après elle se démocratise. Au niveau mondial, il y a une quête de talents, d'animateurs et de storyboarders. L'animation est un genre qui se développe dans le monde entier. Il y a aussi des territoires qui se développent avec des chaînes de télévision qui ont des besoins constants d'images. D'autres opportunités se créent également. Netflix et Amazon par exemple commencent à se positionner sur le marché.

media+

Quels sont les points marquants du Festival d'Animation d'Annecy ?

Mickaël MARIN

Entre la sélection officielle, les avant-premières, de nouveaux prix, la Chine, pays à l'honneur, la réalité virtuelle, Annecy Classics ou encore l'animation érotique... le programme est chargé. Nous présentons en avant-première des films comme «Moi, moche et méchant 3», «Le Grand Méchant Renard», «Cars 3»,... Nous avons toujours à cœur d'avoir un équilibre entre des productions à gros budgets et des œuvres plus indépendantes. Le budget de la structure (Citia) est de 4,6 M€, et celui du Festival avec le MIFA est de 3,8 M€.

media+

La France semble parvenir à tirer son épingle du jeu dans l'animation...

Mickaël MARIN

Oui, nous avons la chance d'avoir des pouvoirs publics qui soutiennent le secteur depuis plus de 30 ans. Les producteurs en animation se sont rapidement confrontés au marché international, à la fois pour vendre des séries, voire les coproduire, parce qu'il n'y avait pas d'autres choix pour les développer.

CANNES 70 : ANNECY COMES FROM CANNES

[Cannes 70](#)
[Dossiers](#)
[Festivals](#)
[News](#) — 02 mai 2017

70 ans, 70 textes, 70 instantanés comme autant de fragments épars, sans chronologie mais pas au hasard, pour fêter les noces de platine des cinéphiles du monde entier avec le [Festival de Cannes](#). En partenariat avec le site [Écran Noir](#), nous lançons le compte à rebours : pendant les 70 jours précédant la 70e édition, nous nous replongeons quotidiennement dans ses 69 premières années.

Aujourd'hui, J-16. Retrouvez nos précédents textes du dossier Cannes 70 en cliquant sur [ce lien](#).



En 2017, le festival de Cannes accueillera les 3ème Animation days et le festival d'Annecy organisera pour la deuxième fois au marché du film un événement intitulé Annecy goes to Cannes. A l'heure où on commence à percevoir un vague intérêt pour le cinéma d'animation de la part de la Croisette, revenons sur un événement parallèle au Festival de Cannes qui a donné naissance au festival d'Annecy : les RICA et JICA. Comme quoi, un festival peut en cacher un autre !

Aujourd'hui considéré comme le plus important événement autour du cinéma d'animation, le festival d'Annecy n'a pas commencé sur un coup de tête dans la cité savoyarde en 1960. Son histoire débute en 1956 aux premières RICA, [Rencontres Internationales du Cinéma d'Animation](#) qui eurent lieu à Cannes parallèlement au festival. Pour mieux comprendre son arrivée, il faut néanmoins remonter quelques années en arrière.

Au sortir de la seconde guerre mondiale, les ciné-clubs se développent en France et nombreux sont les journalistes, critiques ou cinéphiles qui y officient. Ces rendez-vous d'amoureux du 7ème art n'ont alors rien à voir avec ceux d'aujourd'hui. Ce sont de vrais lieux de débats voire de combats autour de films projetés et une certaine manière, pour certains, d'éduquer par le cinéma. Les discussions après le film étaient au moins aussi importantes que le film lui-même. Ces ciné-clubs étaient réunis au sein de la FFCC (Fédération française des ciné-club).

En 1951, des dissidents créent la FCCC (Fédération centrale des ciné-club). Ils sont regroupés autour de [Pierre Barbin](#) et de certains de ses proches, comme [André Martin](#) qui milite en faveur du cinéma d'animation. Martin créera par la suite un studio d'animation avec Michel Boschet et il deviendra critique, notamment aux Cahiers du cinéma où il sera proche d'[André Bazin](#) qui, contrairement à une idée répandue, aimait aussi le cinéma d'animation.

Des journées du cinéma aux RICA

RECHERCHE

NOUS SUIVRE



Facebook



Twitter



RSS

LES SORTIES DE LA SEMAINE

Les sorties du 14 juin 2017



Les 7 derniers articles publiés sur le site



Critique : K.O.
17 juin 2017



Critique : Kóblíc.
17 juin 2017



Test Blu-ray : Silence.
15 juin 2017



Critique : Entre deux rives.
15 juin 2017



Les sorties du 14 juin 2017.
14 juin 2017



Critique : Wonder Woman.
14 juin 2017



Test Blu-ray : The Strain – Intégrale de la Saison 1.
14 juin 2017

ARTICLES RECOMMANDÉS

Warner Bros Studio Tour à Londres – plongez dans l'univers d'Harry Potter

Les adaptations jeux vidéo de films à succès

30 photos de Stanley Kubrick avant qu'il soit réalisateur

Le visiocasque 3D: nouvelle expérience

La même année, Barbin, Martin et Boschet créent l'AFDC (Association Française pour la Diffusion du Cinéma) dont Roger Leenhardt devient le président. L'association organise à Versailles, puis dans de nombreuses villes de province, les Journées du cinéma. A chaque arrêt, des films sont projetés, une exposition est organisée et des rencontres prévues. Au début, le succès est timide mais grandit de manière exponentielle.

Pourtant, c'est en 1955 que tout se joue. Cette année-là, par un concours de circonstance, les Journées du cinéma arrivent à Tours et donnent naissance à un important festival de courts-métrages. Place centrale dans la promotion des formes courtes, il perdurera jusqu'en 1971. Toujours en 1955, Barbin contacte Jacques Flaud, alors Directeur Général du CNC. D'une part, il souhaite organiser à Annecy une « semaine du cinéma ». C'est à cette occasion que l'équipe de l'AFDC rencontre celle du Ciné-club savoyard, l'un des plus importants de France, dirigé par Henry Moret, Georges Gondran et Jean Leveugles, et projette un panorama du cinéma d'animation. D'autre part, Barbin souhaite organiser un événement spécifique lié au cinéma d'animation à Cannes dès 1956. Le festival manque d'initiatives vis-à-vis du court-métrage en général. Puisqu'avec Tours, le court dispose d'une vitrine importante, c'est le court animé que Barbin décide en mettre en valeur à Cannes sous l'impulsion de Martin et Boschet.

En 1956, le festival de Cannes accueille donc les RICA qui se découpent en trois parties : un congrès international autour de la question des écoles et de l'enseignement du cinéma d'animation, une exposition importante et à visée encyclopédique sur l'animation présentée au Miramar et, surtout, la tenue des JICA, **Journées Internationales du Cinéma d'Animation**. Ces journées sont consacrées à des projections dans la petite salle du Palais des festivals de l'époque et elles deviennent un important lieu de soutien à l'animation internationale.

70 films répartis en 6 programmes

Cette manifestation avait deux objectifs principaux. D'abord, montrer au plus grand nombre de spectateurs à quel point les formes animées étaient diverses, originales et méritaient le détour, le tout en leur offrant un large panel de courts-métrages à voir, le cinéma d'animation ayant toujours été un lieu propice au court-métrage. Puis, contrairement à aujourd'hui, où les moyens de communication ne sont pas les mêmes, les animateurs ne se connaissaient pas vraiment entre eux. Aucun festival ne leur était dédié, il leur était difficile de se rencontrer, de voir leurs films respectifs, de savoir où ils en étaient, ce qu'ils faisaient. Et ce d'autant plus que les tensions entre blocs de l'est et de l'ouest rendaient les voyages compliqués. Ces premières journées devaient donc servir à inviter tous les plus grands créateurs de l'animation à venir montrer leurs films, récents ou plus anciens, pour qu'ils se rencontrent et rencontrent leur public.

Pendant 6 jours, du 25 avril au 2 mai 1956, les plus chanceux ont donc pu se succéder plus de 70 films réunis dans 6 programmes de courts-métrages : Evolution du dessin (du dessin classique au style moderne), Evolution du rythme, Evolution du sujet, Recherche de la matière – Découpage et transparence animés, Recherche de la matière – Economie de moyens (écran d'épingles, pastels enchaînés, dessin sur pellicule) et L'Animation tridimensionnelle (animation d'objets, objets modifiés images par images, animation de personnages vivants image par images et marionnettes image par image). Ceux-ci étaient pensés et conçus d'une manière unique, parfois un peu scolaire dans les thématiques, mais offrant pour la première fois un aperçu structuré et exemplaire de cet art encore à la marge. Tous les films montrés dataient d'entre 1910 et 1956 – avec une très large majorité de films conçus après 1945 – et provenaient de nations dont la production animée était aussi importante que méconnue : Etats-Unis, Grande-Bretagne, Canada, Japon, Chine, Tchécoslovaquie, URSS, Roumanie, Pologne.

En 6 jours – la durée, encore aujourd'hui, du festival d'Annecy – les spectateurs curieux ont pu voir défiler les films de Norman McLaren, **Paul Grimault**, Jiri Trnka, **Ivan Ivanov-Vano**, John Hubley, Stephen Bosustow, Robert Cannon, Eduard Hofman, **Karel Zeman**, Lev Atamanov, **Tex Avery**, **Peter Foldès**, John Halas et Joy Batchelor, Zdenek Miler, George Dunning, Lotte Reiniger, Noboro Ofuji, Berthold Bartosch, **Len Lye**, Claire Parker et **Alexandre Alexeïeff** ou Karel Zeman. **La moitié de ces créateurs s'étaient rendus sur place comme en attestent plusieurs photos (1).**

Le succès de l'événement fût important. La presse ne tarit pas d'éloges sur la manifestation et Jacques Doniol Valcroze dans le France Observateur du 3 mai 1956 écrit par exemple que « *le meilleur festival c'est celui qui se déroule tous les après-midi dans la petite salle du Palais.* » pendant que Sadoul, dans Les Lettres françaises du 10 mai appelait à la création d'un festival uniquement consacré au cinéma d'animation.

Deuxième édition



L'expérience fut reconduite deux ans plus tard, en 1958, toujours dans le cadre du festival de Cannes. Ces deux éditions successives et les interventions de militants en faveur du cinéma d'animation, permirent de faire comprendre aux animateurs français à quel point leur isolement total, dû aux conditions de productions de leurs films, était préjudiciable à la reconnaissance de leur art comme de leur profession. En octobre 1958, est donc créée l'ACA (Association des artistes et amis du Cinéma d'Animation) – qui deviendra l'AFCA en 1971 – et dans la foulée, l'ASIFA (Association Internationale du Film d'Animation) en 1960.

Dans un texte écrit par André Martin sur une plaquette distribuée lors de la première édition du festival d'Annecy en 1960, on pouvait lire une sorte de résumé de ce que furent ces deux premières éditions des JICA. Témoignage de ce qu'ils ont représenté et de leur diversité :

CATÉGORIES

Catégories

Sélectionner une catégorie

AUTRES ARTICLES DE LA RUBRIQUE

Cannes 70

[Cannes 70 : la Playlist de la 70e édition](#)

[Cannes 70 : les années Gilles Jacob ont passé comme un rêve](#)

[Cannes 70 : étalonneur, la sensation d'un film](#)

[Cannes 70 : Derrière le rideau de Saint-Saëns avec Thierry Frémaux](#)

[Cannes 70 : quelle place pour les femmes sur la croquette ?](#)

« S'il m'en souvient, les Premières Journées se révélèrent à l'usage comme la plus complète revue des moyens et des styles de l'Animation jamais réalisées jusqu'à ce jour. Avec le Printemps 1956 commence, pour tous les amis du Cinéma d'Animation, la conviction que l'éventail des techniques, des formes et des genres de l'image par image est presque illimité. Le dessin animé sur cellulo, celui que Walt Disney avait rendu célèbre, peut disparaître provisoirement, il sera remplacé. Depuis cette année-là, des modes de manipulations innombrables, les combinaisons neuves de moyens presque toutes étonnantes n'ont cessé d'apparaître.

Le caractère des secondes Journées, leur leçon trouva le moyen d'être différent. La surprise de 1958, fut de constater que beaucoup de réalisateurs sans s'être concertés, poussés par on ne sait quel sentiment identique, entreprenaient de styliser les personnages et les formes au maximum. Sur l'écran entra le premier des héros en pain de sucre de l'immortel Flebus et les lilliputiens du Petit Jongleur, les héros laconiques et immobiles de La Petite Île de Dick Williams, le promeneur solitaire de Mimica. Bientôt les génériques de Saül Bass, les œuvres de Eame, les amoureux primesautiers de Tendre Jeux de Hubley, Le merle sauteur de McLaren jusqu'aux récents gangsters du Vol du diamant de Mladen Feman, confirment cette curieuse direction. »

Pourtant, malgré le succès de ces deux éditions, les réalisateurs et les gens impliqués dans l'organisation des JICA se sentaient extérieurs aux grandes manifestations cannoises. Le tohu-bohu et la starification impressionnante n'avaient effectivement rien à voir avec les objectifs de Barbin et de son équipe. Et puis même si les RICA proposaient un événement d'envergure sur l'animation, et que la presse l'accueillait favorablement, ce n'est pas pour autant que les journalistes parlaient des films.

En effet, la critique peine à sortir de sa léthargie coutumière face aux formes différentes. Comme Martin écrivait en 1957 dans un article justement intitulé Pourquoi votre critique est muette ? : « Au festival de Cannes 1955 Norman McLaren obtint à l'unanimité des jurés et des participants, la Palme d'or du court métrage pour sept minutes de cinéma pas comme les autres ; les commentaires se firent cependant rares et la renommée peu bavarde. Par la suite, à chaque nouvelle projection, critiques et publics ont diversement reconnu l'incontestable primauté de Blinkity blank mais sans jamais entrer dans le détail. Le petit Tout-Paris a vu il y a quelques mois Les Vieilles légendes tchèques de Trnka au milieu d'un enthousiasme aussi chaleureux que peu disert. On est loin d'avoir imprimé au sujet de ce film admirable autant de mots qu'à propos de Coup dur chez les mous par exemple ».

Avant de continuer : « Pourtant, les qualités du cinéma d'animation ne cessent d'être exemplaires Il n'est pas rare que le meilleur moment d'une soirée soit proposé par l'entrain bariolé du cartoon. Pourquoi les critiques s'imposent-ils de critiquer sévèrement le film décevant et commercial au lieu de vanter les sept minutes d'animation des premières parties qui les ont beaucoup plus étonnés ? ».

Cette question reste encore aujourd'hui sans réponse et la critique continue à végéter devant ses stimulants coutumiers. Mais c'est de toutes les réflexions précédentes qu'est venu le désir d'organiser en France une manifestation à part uniquement consacrée au cinéma d'animation.



Rendez-vous à Annecy

Cet état d'esprit, ajouté au fait qu'en 1956 et 1958, Moret et Gondran avaient fait le voyage jusque Cannes afin d'assister aux projections des JICA tout se liant d'amitié avec l'équipe des Journées du cinéma, a joué dans le choix de déplacer la manifestation à Annecy. La ville avait le double avantage d'être de taille moyenne : elle ne croulait pas sous les manifestations culturelles et artistiques, et elle avait la possibilité de débloquer des fonds pour organiser un événement d'envergure. Après de longues délibérations avec la municipalité et le CNC, et quelques problèmes réglés de façon quasi miraculeuse, l'implantation est adoptée en 1959. En 1960 – le festival est resté une biennale jusqu'en 1997 – Barbin, Martin et Boschet ouvrent donc les 3èmes JICA à Annecy.

Le 27 avril 1956, dans le Parisien libéré, André Bazin écrivait à propos des JICA : « [La] présence personnelle à Cannes [de Jiri Trnka], cette année, est due à une initiative des Journées du Cinéma, l'organisation d'un petit festival dans le grand, consacré aux films d'animation... Gageons que ce petit festival-là nous consolera souvent du grand... ».

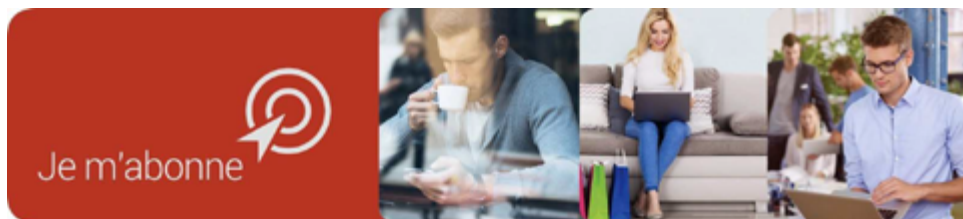
Finalement, ce petit festival cannois n'aura pas duré très longtemps. Mais Annecy n'a pas fini de nous consoler de Cannes !

Nicolas Thys de critique-film.fr

(1) A ceux qui liraient ces noms sans les connaître et voudraient se faire une idée de ce qu'ils représentent dans le monde de l'animation, imaginez une réunion pour geeks où seraient réunis dans un même lieu créateurs et membres des équipes des films de super héros, Star Trek, Star Wars et Le Seigneur des anneaux.

Bibliographie :

- Gondran Georges, Moret Henry, *Une lanterne déjà bien éclairée* in. *Annesci* n°12, Annecy, Société des amis du vieil Annecy, 1965.
- Jeancolas Jean-Pierre, « Structures du court métrage français, 1945-1958 ». In Bluher Dominique & Thomas François (dir.), *Le court métrage français de 1945 à 1968 : De l'âge d'or aux contrebandiers*, Rennes, PUR, 2005.
- Martin André, *Écrits sur l'animation*, textes rassemblés par Bernard Clarens, Paris, Dreamland, 2000.



RECHERCHE...

MIFA : des talents pour les studios

11 mai 2017 Françoise Lafuma



Comme chaque année, les entreprises du secteur de l'animation auront l'opportunité de réaliser des recrutements lors du prochain Marché international du film d'animation (MIFA). L'inscription en

ligne, pour déposer des annonces, est lancée.

Le Marché international du film d'animation (MIFA), dont la prochaine édition se déroulera du 13 au 16 juin à Annecy, propose cette année encore aux entreprises de profiter de l'événement pour lancer le recrutement de jeunes talents ou de talents confirmés.

« Citia met à la disposition des recruteurs un outil pour leur permettre de sélectionner les candidats en amont, et de les rencontrer pendant l'événement, après avoir déposé une annonce », explique Géraldine Baché, chargée de projets MIFA.

En pratique, les recruteurs doivent au préalable s'accréditer, puis contacter l'équipe du MIFA afin de déterminer leurs besoins et réserver un créneau horaire. Ils peuvent ensuite publier leur annonce en ciblant le profil des candidats recherchés, puis consulter leurs CV, blogs et portfolios afin de sélectionner ceux qu'ils souhaitent rencontrer. Deux formules de recrutement sont possibles, en open space ou dans un espace privatisé.

«Les candidats, – juniors ou seniors -, doivent postuler sur Annecy Network après avoir pris leur accréditation au MIFA, pour un éventuel rendez-vous en juin», poursuit Géraldine Baché.

L'an dernier une vingtaine de studios parmi lesquels – Illumination MacGuff, Pixar, Ubisoft, Mikros Animation, Xilam – ont ainsi utilisé ce dispositif, proposant des postes en lien le plus souvent avec le lancement d'une nouvelle production. Quelque 600 candidats sur 3000 postulants ont participé à 60 sessions de recrutement en 2016. Tous les métiers du film d'animation sont concernés – animateurs 2D ou 3D, spécialistes des effets spéciaux ou du jeu vidéo...- avec, cette année encore une centaine de postes à pourvoir.

L'édition 2017 sera le reflet d'une large diversité géographique avec la présence, pour la première fois, de Bigbigsun (Chine), Copernicus (Canada), Ink Group (Danemark), Cartoon Saloon et Lighthouse (Irlande), Ilion Animation Studios (Espagne), Mikro Film (Norvège), Unit Image et Quantic Dream (France).

Les sessions de recrutement se dérouleront à l'Impérial Palace, de 9h 30 à 12h 30, puis de 13h à 16 h et de 16h30 à 19h30, du mardi 13 au vendredi 16 juin.

Contact : geraldinebache@citia.org

Un Mifa plus grand

Fort d'une belle croissance, – la participation a doublé en 10 ans pour atteindre 2800 accrédités en 2016 -, le Marché international du film d'animation d'Annecy s'agrandit pour faire face à son essor et améliorer les conditions d'accueil et d'échange entre les participants.

Cette année, le chapiteau principal du Mifa sera doté d'un étage de plus de 1 000 m² où seront regroupés l'accueil du Mifa, l'espace institutionnel, les écoles ainsi que les espaces dédiés aux prestataires techniques ou aux studios en phase de recrutement. Pour la première fois, cette réorganisation des espaces permettra de créer une unité de lieu: les conférences, initialement organisées à la Chambre de métiers se dérouleront à l'Impérial Palace.

Le nombre en nette hausse de participants, la diversité de la programmation et la présence de décideurs sur la semaine complète du Festival, du 12 au 17 juin, ont conduit à allonger la durée du salon à quatre jours pleins, avec, pour les accrédités, une opportunité supplémentaire de rendez-vous et d'affaires. Coproduction, financement des projets, circulation des œuvres, transfert d'expertise sont toujours les piliers de la programmation des différents dispositifs proposés aux participants.

En outre, le Mifa 2017 propose un nouveau dispositif, dénommé le Mifa Campus. Sur une seule journée, le mardi 13 juin, il sera dédié principalement aux étudiants et aux jeunes talents de l'animation. Il proposera un ensemble d'ateliers et de présentations visant à encourager la connaissance du fonctionnement de l'industrie de l'animation, et la rencontre avec les plus grands artistes.

Le MIFA Campus sera parrainé cette année par le réalisateur Guillermo del Toro, qui accordera aux participants une « Conversation avec », à 14 heures, à l'Impérial Palace. Dès 9 heures, c'est Carlos Saldanha, réalisateur, entre autres, de *L'Âge de glace et de Rio*, qui proposera également un moment privilégié aux étudiants, professionnels débutants ou encore experts.



Le pôle jeunesse de Canal+ à l'aube d'une nouvelle ère

Le départ de la directrice ne remet pas en cause l'investissement du groupe dans ses chaînes thématiques, affirme le diffuseur. Il devrait en revanche en modifier la répartition.

Laurence Blaevoet ne reprendra pas ses fonctions à la direction du pôle jeunesse de Canal+ (Canal+ family, Piwi+, Télétoon+ et leurs déclinaisons digitales). Alors que des informations persistantes indiquent que son poste ne sera pas remplacé, le groupe avance de son côté que les choses ne sont pas tranchées. "Je fais l'intérim, comme c'est le cas depuis que Laurence est absente [novembre dernier, Ndlr], nous a répondu Jean-Marc Juramie, directeur des chaînes thématiques du groupe Canal+ depuis octobre dernier où il a également été nommé directeur des contenus de l'offre Canal+." "Nous verrons à la rentrée comment on s'organise". Le diffuseur évoque la possibilité de s'organiser "différemment", tout en avançant qu'il "n'est pas du tout exclu" que Laurence Blaevoet soit remplacée. Ces mouvements ne sont pas sans semer le trouble chez les professionnels. Canal+ est un acteur important, à son niveau, dans la production d'animation où il investit le double de son obligation, soit entre 8 et 9 M€ par an. Il y a deux ans, le diffuseur a engagé une relance de certaines de ses chaînes thématiques en général et de celles de ses chaînes jeunesse en particulier. Cette stratégie est-elle toujours d'actualité ? "Le groupe n'est pas dans une optique de désengagement de ses chaînes thématiques dont nous venons, en outre, de reprendre l'exclusivité. Nous avons massivement investi dans la jeunesse et nous continuerons à le faire", s'engage Jean-Marc Juramie. "Peut-être différemment", poursuit l'ancien directeur de Canalsat qui reconnaît que, déjà, le diffuseur regarde plus qu'avant ce qu'[il] met dans les devis". Alors que "les chaînes jeunesse commencent à bien performer", son éditeur réfute donc toute "logique de se retirer". Il souligne en revanche "une politique d'investissement raisonnés et bien maîtrisés". "Nous sommes bien au-delà de nos obligations et nous le resterons" insiste le diffuseur qui confirme également la "logique différenciante" avec les chaînes américaines, d'un point de vue éditorial. Ce qui devrait changer en revanche est le mode de répartition de l'enveloppe. Aujourd'hui, "on investit dans beaucoup de licences différentes", observe le diffuseur. Dorénavant, il souhaite "se concentrer sur des licences plus fortes plutôt que de s'éparpiller". A budget constant, ce qu'il confirme être le cas, cela signifie moins de séries mieux financées. Objectif principalement poursuivi : raccourcir les délais de production (possiblement longs en animation) de 18 mois à 12 mois par exemple, ce qui lui permettrait de proposer une nouvelle saison d'une série (à succès) à chaque rentrée. La prochaine rencontre publique entre Canal+ et les professionnels aura lieu au [marché international du film d'animation d'Annecy](#) , jeudi 15 juin, lors de la traditionnelle conférence de presse du groupe. Elle se déroulera en présence de Jean-Marc Juramie qui fera le déplacement non pas "pour y annoncer de mauvaises nouvelles, mais plutôt des bonnes nouvelles et des nouveaux développements".

**Animation****Marc Bonny et Eric Beckman honorés au Mifa**

★ Lors de la prochaine édition du Marché international du film d'animation (Mifa), qui se tiendra du 13 au 16 juin à Annecy, le Prix Mifa & Variety's Animation Personality of the Year sera remis à Marc Bonny, président de la société de distribution française Gebeka Films, et à Eric Beckman, PDG de la société de distribution américaine GKids. Ce prix vient célébrer leurs carrières respectives.

Une table ronde sur la coproduction de courts organisée au Mifa

Dans le cadre de la prochaine édition du Marché international du film d'animation (Mifa), qui se tiendra du 13 au 16 juin à Annecy, sera organisée une table ronde intitulée "La coproduction internationale du court métrage d'animation". Se déroulant le 15 juin, de 14 heures à 15 h 30, dans la salle de l'Europe de l'Impérial Palace, elle fera intervenir Jean-François Le Corre (producteur, Vivement Lundi !, France), Nicolas Bulet (producteur, Nadasdy Film, Suisse), Guadalupe Arensburg (responsable des acquisitions de courts métrages, Movistar+, Espagne) et Orsolya Sipos (project manager, Mome - Moholy-Nagy University Of Art and Design, Hongrie). La table ronde sera modérée par Sabine Zipci, déléguée générale de l'Association française du cinéma d'animation (Afca).

Un forum à Annecy pour finaliser un plan d'action européen pour l'animation

Organisée par la Commission européenne le 14 juin prochain à Annecy, dans le cadre du [Mifa](#), la prochaine session du Forum du film européen offrira aux professionnels une dernière opportunité d'orienter le futur plan d'action Animation en cours de préparation à Bruxelles. Deux ateliers et des discussions informelles ont déjà permis d'identifier un certain nombre de défis à relever, notamment en termes de formation, de coproduction et de promotion des

œuvres européennes d'animation.

Le forum d'Annecy, intitulé "*Setting the Course of a European Animation Plan*", devrait achever de fixer les priorités et les mesures à mettre en œuvre. Lucia Recalde, responsable des programmes de soutien à l'industrie audiovisuelle à la direction générale Connect, ouvrira les débats d'un panel qui comportera notamment des interventions des producteurs Christian Davin (Christian Davin Production), Marc du Pontavice (Xilam Animation), Moe Honan (Moetion Films, Irlande) et Tom van Waveren (Cake Entertainment, Royaume-Uni).

Passer à la vitesse supérieure

En septembre 2016, la Commission européenne avait mis la priorité sur le secteur de l'animation afin d'étudier et de mettre en place rapidement "*des modèles alternatifs de financement, de production et de distribution qui visent dès le départ le marché unique et les marchés internationaux*". Un dialogue avec les grands studios d'animation européens devait identifier des pistes pour limiter la fuite des cerveaux et favoriser davantage la diffusion internationale des productions télévisuelles comme cinématographiques. La cartographie de l'industrie européenne de l'animation (*Mapping the Animation Industry in Europe*), réalisée en 2015 par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, avait démontré que le film d'animation représentait 14,7% des entrées dans les salles européennes, mais que la part de marché de l'animation européenne ne dépassait pas 20%. Le plan d'action attendu pour le second semestre 2017 devrait, selon Bruxelles, permettre à l'animation européenne de "*passer à l'échelle supérieure*".

Le Festival d'Annecy, un lieu de recrutement pour les studios d'animation

De Jaeger, Jean-Marc

LeFigaro.fr • 7 juin 2017



Des rencontres dédiées aux étudiants sont proposées au Mifa (recrutement chez Pixar animation studios en 2016) / G. Piel/CITIA

Le Festival du film d'animation d'Annecy est un rendez-vous artistique, mais aussi économique. Les étudiants peuvent y rencontrer des professionnels du secteur et se faire recruter par des studios internationaux.

C'est le rendez-vous incontournable des réalisateurs, studios et écoles d'animation. Le Festival international du film d'animation d'Annecy (Haute-Savoie) tiendra sa 41^e édition du lundi 12 au samedi 17 juin. Le Figaro Étudiant sera sur place pour couvrir l'événement. Depuis sa création en 1960, le festival fait le bonheur des amoureux du septième art, à travers ses nombreuses projections, expositions et avant-premières. Grâce à son marché, le Mifa, l'événement est également un point de passage privilégié pour les diplômés d'écoles d'animations qui rêvent d'une carrière chez Disney ou Ubisoft.

L'une des grandes nouveautés de l'édition 2017 est le Mifa Campus, un événement pleinement dédié à la formation et au recrutement qui se tiendra le mardi 13. Le réalisateur mexicain Guillermo Del Toro sera le parrain de cette première édition. Des experts et des professionnels débutants rencontreront les étudiants afin de leur faire découvrir l'industrie du cinéma d'animation. L'École des Gobelins tiendra, par exemple, une conférence intitulée «Animateur de personnage 3D: un métier d'avenir». En milieu d'après-midi, les jeunes réalisateurs pourront conseiller leurs cadets autour d'un «Goûter des étudiants».

3000 candidatures attendues

Au fil des éditions, le Festival d'Annecy s'est transformé en un immense bureau de recrutement. Pendant quatre jours, des sessions de recrutement se tiendront à l'Impérial Palace, prestigieux hôtel situé en bordure du lac d'Annecy. Une soixantaine de sociétés viendront dénicher de jeunes talents. Parmi elles, des maisons de production françaises (Ubisoft, Illumination MacGuff, Xilam...), mais aussi internationales (Walt Disney, Sony Pictures...). Lors de la précédente édition, 600 candidats parmi les 3000 postulants ont été choisis (...) [Lire la suite sur Figaro.fr](#)



#ANNECY2017 - MICKAEL MARIN (MIFA) : "CETTE ANNÉE S'ANNONCE COMME UN NOUVEAU RECORD"

8 juin 2017 Actualité Ciel

A quelques jours du lancement du Festival d'Annecy, le délégué général de Cilia et délégué développement économique et Mifa nous parle des développements du marché, du succès d'Annecy Goes to Cannes, des efforts à faire vis-à-vis de la Chine et de l'évolution de l'animation sur les 15 dernières années.



Combien de pays seront présents sur le Mifa cette année ?

Nous sommes très proches du nombre record de l'an dernier qui était de 68 pays pour le Mifa et 85 pour le Marché et le Festival d'Annecy.

Cette 32e année du Mifa est pleine d'évolution...

En effet, car cette année le Marché est plus long et se déroule désormais sur quatre jours, démarrant au mardi. Cette évolution est dû à plusieurs facteurs probants que sont le nombre d'accrédités au Marché qui a connu une croissance phénoménale sur 10 ans, tout comme le nombre d'événements qui y ont lieu. Sur trois jours, il était devenu compliqué de tout organiser, surtout si l'on compte en plus les temps de rencontres. L'année dernière, nous avons accueilli quelques 2050 participants, un record. A mon arrivée, il y a 15 ans, les producteurs, les vendeurs et autres professionnels, ne restaient qu'à peine deux jours ; avec le développement du festival et du Marché, ils restent désormais toute la semaine. Cette année s'annonce comme un nouveau record car, dès l'ouverture, nous aurons autant d'accrédités qu'à la fin l'an dernier. Et avec les accréditation tardives, ce chiffre devrait augmenter.

Une autre évolution est l'agrandissement du Marché en lui-même, notamment grâce à la création d'un étage dans le chapiteau qui représente une surface supplémentaire de 1.000 m², soit 17% de surface supplémentaire. La Chine, qui est le pays à l'honneur cette année avec une belle programmation côté festival, aura également un pavillon de plus de 180m² et de nombreuses sociétés présentes.

Le Mifa Campus est également une des nouveautés de cette année...

A travers le Mifa Campus, nous avons mis en place un ensemble de rencontres destiné aux étudiants et aux talents, notamment aux talents des pays émergents de l'animation, pour les accompagner et permettre un transfert d'expertise, soit dans le domaine créatif soit dans le domaine industriel. Il y aura également des rencontres assez exceptionnelles avec notamment Guillermo Del Toro et Carlos Saldanha. Ce sera également l'occasion pour les jeunes talents de rencontrer les recruteurs des studios. Mais le Mifa Campus se place dans la continuité d'une spécificité qui est propre à Annecy puisque la place donnée aux étudiants ne date pas d'hier. Pour la profession, ça paraissait un peu incongru au début, certains regrettant la présence de talents au Marché mais maintenant, c'est devenu une incroyable opportunité pour les studios, notamment français, en matière de recrutement, car les talents sont la clé. Notre rôle est donc celui de trait d'union, de tremplin vers l'emploi et d'aide à la compréhension des pré-requis de l'industrie.

La Chine est le pays à l'honneur cette année. Mais comment se porte l'animation française en Chine ?

Il y a encore beaucoup à faire. Il y a des collaborations entre les deux pays qui commencent à se développer comme l'ouverture d'un bureau de TeamTo en Chine mais ce n'est qu'un début. Cette mise à l'honneur de la Chine pourra éventuellement permettre aux professionnels français et chinois d'apprendre à mieux se connaître et, peut-être, de développer des projets ensemble sous forme de coproductions. C'est aussi l'occasion d'avoir une meilleure compréhension du marché chinois. Et c'est important d'observer le développement de la Chine sur ce secteur car le pays a un fort patrimoine dans le domaine de l'animation mais a également été considéré comme un sous-traitant pendant de longues années. Désormais, on observe une véritable structuration nouvelle dans ce secteur et le développement de sociétés qui souhaitent créer des propriétés et du contenu, à la fois pour le marché chinois, qui est très important, mais aussi international.

Au niveau des pays présents, quelles évolutions avez-vous remarqué ?

Il y a déjà plusieurs nouveaux pays présents cette année qui sont l'Ukraine, le Kosovo, Israël et les Philippines. Plus largement, sur ces cinq dernières années, on remarque une très forte présence de l'Amérique latine, et, par exemple, cette année, une délégation du Costa Rica sera également présente en observation pour éventuellement prendre un stand l'année suivante. Nous travaillons également beaucoup avec l'Afrique et l'Asie. Sur ce dernier continent, on peut noter le retour du pavillon coréen qui était absent depuis plusieurs années. Cet engouement de l'étranger est notamment dû à notre dispositif Animation du monde, lancé il y a deux ans, qui a pour objectif d'accompagner des professionnels du monde entier dans le développement de leur projet d'animation, puis de venir ensuite sur le marché. Cela leur apporte notamment une plus grande visibilité sur leur propre territoire, ce qui amène leur pays à soutenir leur présence à Annecy. C'est un cercle plutôt vertueux.

Annecy est-il le Cannes de l'animation ?

C'est une belle comparaison et je la prends évidemment comme un compliment. Notre particularité est bien sûr d'être spécialisé mais en termes d'importance et de grandeur, toute proportion gardée, avec 9.000 accrédités, en tout, l'an passé, je pense qu'au niveau du paysage mondial, c'est vraiment pas mal. Pendant quelques jours, Cannes est la capitale mondiale du cinéma, et, à son échelle, Annecy l'est pour l'animation.

2017 était d'ailleurs l'occasion de la 2e édition d'Annecy Goes to Cannes...

Nous sommes ravis de ce dispositif car il nous permet de continuer notre accompagnement des projets puisque ceux qui sont présentés pendant les Goes to Cannes sont d'abord passés chez nous. Cette continuité est importante, surtout que l'animation est un très long procédé, à la fois pour le financement mais aussi pour la production. Pour nous, l'intérêt est de garder un contact avec des projets que nous avons soutenus, à différents stades d'avancement, et Annecy Goes to Cannes permet, pour les distributeurs et les acheteurs, d'apposer un double label : à la fois celui de Cannes et celui d'Annecy. Ce qui est rassurant pour les professionnels. Cette année, nous avons eu un plus grand nombre de participants, on sent vraiment que ce rendez-vous prend.

Vous êtes au Mifa depuis 2002. Quelles évolutions majeures avez-vous observé sur ces 15 ans, à la fois au Mifa et dans l'industrie ?

Pour nous, c'est exceptionnel. Ce n'est plus le même Marché. Nous sommes passés d'un moment de rencontres à un véritable Marché accueillant tous types d'acteurs de l'industrie allant du producteur au vendeur en passant par le distributeur et les studios, multipliant par quatre notre nombre d'accrédités depuis le début des années 2000. Le Mifa est également plus international, passant de 40 pays représentés à près de 70 maintenant. Les enjeux ne sont également plus les mêmes. Le plaisir reste similaire mais désormais le business a une place centrale. C'est devenu un marché avec un grand M, le numéro 1 au monde car il n'y a pas d'équivalent dans l'animation.

Plus généralement sur l'industrie, l'animation est un domaine qui s'est profondément internationalisé. La production de long métrage, qui était très faible dans les années 2000, a tout simplement explosé. Tout est bouleversé, ainsi les studios américains spécialisés, qui avaient une forme d'hégémonie, sont à la fois concurrencés par l'international et au sein même de leur pays par des studios qui, auparavant, n'étaient consacrés qu'au live action et qui ouvre des divisions animation. Et il y a encore de belles années devant nous.



L'animation, locomotive de la croissance de l'audiovisuel en France

PRODUCTION.

Frédérique Bredin, présidente du CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée), a qualifié le secteur de l'animation de «vrai modèle d'excellence» de l'audiovisuel français, lors de la présentation, jeudi 8 juin, du [bilan du marché](#) publié à l'occasion du [MIFA](#) (Marché international du film d'animation qui se tient à Annecy du 12 au 17 juin. Avec plus de 30% du total, il s'agit du premier genre exporté et en dix ans, le secteur a créé plus de 1 000 emplois, à plus de 5 500 postes aujourd'hui.



Tout ce qu'il faut savoir sur la fabrication d'un film d'animation

[C^s toutlecine.challenges.fr/actualite-cinema/les-secrets-de-fabrication-du-film-d-animation-le-grand-mechant-renard-produit-par-le-studio-folivari_361262](http://toutlecine.challenges.fr/actualite-cinema/les-secrets-de-fabrication-du-film-d-animation-le-grand-mechant-renard-produit-par-le-studio-folivari_361262)

Laure Croiset Journaliste Twitter

La belle aventure de Folivari a commencé en 2014, alors que Didier Brunner quitte Les Armateurs, une société de production qui doit sa renommée aux succès des *Triplettes de Belleville*, *Kirikou et les bêtes sauvages* et *Ernest et Célestine*. Fantasmant une vie tournée vers le jardinage en compagnie de son chat Célestine, le destin a très vite frappé à la porte du producteur titillé par sa curiosité, à la lecture de la maquette de la nouvelle bande-dessinée de Benjamin Renner, *Le Grand Méchant Renard*. C'est alors qu'avec son fils Damien, architecte de formation, Didier Brunner fonde Folivari, une maison de production dédiée à l'animation qui vise l'excellence et dont la ligne éditoriale serait à la fois libre et qualitative. "On souhaite faire des projets auxquels on croit, des projets risqués, ambitieux, et qui ne soient pas forcément issus de l'édition", avoue Damien Brunner, qui nous a ouverts les portes de sa jeune société Folivari, dont les nouveaux locaux de rêve sont à présent basés à Montrouge. C'est donc à l'occasion de l'ouverture ce lundi 12 juin du Festival international du film d'animation d'Annecy et de la sortie le 21 juin prochain de leur production *Le Grand Méchant Renard* que nous avons tenté de percer les secrets de fabrication d'un film d'animation en compagnie du réalisateur Benjamin Renner et du producteur Damien Brunner. Eclairage en 10 points sur un secteur qui se porte à merveille.

• Une méthode de production à part

L'histoire de la fabrication du *Grand Méchant Renard* a commencé en 2014 de façon singulière. "À l'origine, on devait faire un petit film de 26 minutes destiné à la télévision", nous confie Benjamin Renner. "Au fur et à mesure de la production, Didier Brunner m'a commandé deux autres épisodes pour le vendre comme une trilogie, mais toujours pour la télévision". L'écriture s'est donc faite en phase de production et Folivari a mis en place un petit écosystème, faisant se chevaucher un peu chacun des épisodes, "de manière à ce que l'équipe de production ne s'arrête pas pendant tout le film, mais qu'elle fasse un épisode, qu'elle le complète, et qu'elle passe à un autre tout de suite après". En tout, la production du *Grand Méchant Renard* s'est déroulée sur deux ans.

• Dix animateurs mobilisés

En incluant les équipes de production, les étalonneurs, les acteurs, les bruiteurs et les animateurs, *Le Grand Méchant Renard* a mobilisé une cinquantaine de personnes. Mais l'équipe d'animation est plus réduite. "On était à peu près sur une dizaine de personnes, voire un peu moins", explique l'un des réalisateurs Benjamin Renner. "On était dans un seul et même studio, basé à Paris. Même la colorisation et les décors se sont faits à Folivari, ce qui est assez rare", ajoute-t-il. Tous les animateurs embauchés sur le film occupaient le même poste et ont été sélectionnés parce qu'ils correspondaient exactement au style graphique de ce long-métrage. Chacune des séquences a ensuite été confiée en fonction du talent propre à l'animateur, qui sera plus ou moins doué pour les scènes d'humour ou d'action. Folivari répond à la tendance européenne qui consiste à donner à l'animateur une séquence complète, "pour qu'ils aient vraiment la sensation d'avoir participé à un morceau du film". "Ils ont une grande responsabilité et sont les acteurs d'un moment du film", confie Benjamin Renner qui a cosigné la réalisation du *Grand Méchant Renard* avec Patrick Imbert.



Le Festival d'Annecy va s'exporter en Asie, dès 2019



Ce n'est donc pas uniquement pour le plaisir des yeux si le cinéma asiatique est à l'honneur cette année dans la programmation d'Annecy 2017, jusqu'au 17 juin. Malgré quelques mésaventures du Festival avec les autorités chinoises, les organisateurs ont annoncé aujourd'hui mardi 13 juin en conférence de presse leur volonté de créer «l'Annecy Asia International Animated Film Festival», en septembre 2019. Il visera à mettre en place, à Séoul, le principal festival d'animation asiatique, dans la filiation de celui d'Annecy.

Le projet a été présenté aux côtés de leurs nouveaux associés, le centre d'animation de Séoul et l'entreprise coréenne SK Broadband. «Ce projet représente une grande opportunité pour propager la marque Annecy à l'étranger», rapportent le Hollywood Reporter et Variety. «Annecy est maintenant un label international», a déclaré Patrick Eveno, le directeur du festival.

Les partenaires coréens considèrent pour leur part qu'Annecy «offre des opportunités de rejoindre le marché international pour l'animation coréenne» a expliqué Harry (Sang Chul) Yoon, le responsable du contenu de SK Broadband.

Avant d'ajouter: «La plupart des pays asiatiques produisent de la bonne animation, mais ils manquent d'accès à l'international, ce qui limite leurs productions à un seul marché.» Exporté en Asie, le festival conservera sa dimension internationale, avec une programmation ouverte aux films du monde entier: «Nous sommes un festival international, pas juste asiatique», précisé Patrick Eveno.

Un espace de 570 000 m² dédié

Le futur événement devrait se tenir à la «Digital Media City» (DMC), créée en 2002, un espace de 570.000 m² dédié aux nouvelles technologies. Le «Festival Asiatique d'Animation» sera dans un premier temps tourné vers le grand public, avant de développer des cycles de conférences impliquant des professionnels venus du monde entier.



► 13 juin 2017

"Big fish & Begonia", pépite de l'animation chinoise sur les traces de Miyazaki

(AFP) - Premier long métrage des réalisateurs chinois Xuan Liang et Chun Zhang, "Big fish & Begonia" a marqué les esprits, mardi, lors du Festival d'Annecy par sa beauté et son onirisme envoûtants, rappelant le travail du maître de l'animation japonaise Hayao Miyazaki.

"Je suis né dans les années 1980 et notre génération a été bercée par les productions japonaises et américaines. Je ne peux nier leur influence visuelle. Mais c'est la culture chinoise qui a principalement nourri ce long métrage", s'est défendu Chun Zhang, l'un des co-réalisateurs.

"Pour qu'un style propre à l'animation chinoise voit le jour, il va falloir attendre encore quelques années", a-t-il ajouté.

En lice pour le Cristal du meilleur long métrage, ce somptueux récit d'aventure fantastique, mêlant rêveries et contes mythologiques chinois, est arrivé à Annecy précédé d'une solide réputation technique et d'un énorme succès populaire.

Produit pour environ 10 millions de dollars, "Big fish & Begonia" a généré 84 millions de dollars de recettes en Chine.

Le film narre l'histoire de Chun, une adolescente - issue d'un monde sous-marin - sauvée d'un filet de pêcheurs par un être humain lors d'un rite de passage à l'âge adulte.

Alors que le jeune homme périt dans ce sauvetage, la jeune fille décide le ramener à la vie auprès des siens. En échange de quoi, elle doit donner une partie de sa vie.

Très maîtrisé techniquement, le film questionne de façon frontale la manière dont nos sociétés appréhendent la mort. "C'est aussi une histoire de sacrifice et de rédemption, d'amour et de liberté", précise Chun Zhang évoquant la "réalisation d'un rêve d'artiste".

Treize années ont été nécessaires pour réaliser ce long métrage: le projet laissé à l'abandon pendant six ans pour des questions de financement, n'a pu reprendre qu'en 2014.

L'intérêt croissant de l'État chinois pour l'animation a réveillé le marché local et permis au film de trouver les financements nécessaires.

Son intrigue est née dans la foulée d'un court métrage commercial dont l'idée avait été inspirée à Xuan Liang, l'autre co-auteur du film, au cours d'un rêve.

Deux versions de "Big fish & Begonia", en 2D et en 3D, ont été réalisées, la seconde ayant contribué à son immense succès en Chine. Une suite du film est actuellement en préparation.



Annecy 2017 - Mickaël Marin : "Ce Mifa va encore nous faire passer un cap"



Date de publication : 13/06/2017 - 08:30

Pour absorber une folle croissance, le Marché international du film d'animation gagne un jour et un étage, s'assurant d'ores et déjà d'une édition historique. Explications avec le délégué général de Citia, délégué développement économique & Mifa.

Ce Mifa s'annonce comme "le plus grand depuis sa création en 1985", soulignez-vous à la conférence de presse en avril. Un record confirmé ?

Je confirme effectivement que ce sera le plus grand en termes de surface d'exposition, soit +1 000 m², à 4 200 m², et de nombre de stands. Nous sommes à nouveau sur les rails d'une année record également, d'un point de vue de la participation puisqu'à J-1, plus de 2 900 professionnels étaient accrédités pour le marché et plus de 6 600 pour le Festival, soit une progression à date pour l'ensemble de l'événement de 10% en un an.

Parmi les territoires présents, la Chine, à l'honneur cette année, compte une importante délégation. Le fait que le Festival ait été contraint de retirer un long métrage chinois de la compétition, sur pressions officielles, a-t-il des conséquences sur le marché ?

La délégation chinoise compte plus de 130 personnes pour une cinquantaine de sociétés représentées. Aucune d'entre elles ne s'est manifestée à ce sujet.

La nouveauté majeure cette année porte sur l'ajout d'une journée. L'agenda s'était à ce point démultiplié ?

Oui, il s'est considérablement densifié ces dernières années. Avant même de lancer la dernière édition, en juin 2016, nous savions ce qu'il allait se passer en termes de croissance et de dynamique, et nous avons déjà des idées pour le Mifa 2017. Nous ne voulions pas attendre d'être en difficulté. Même si la croissance, il y a pire comme difficulté.

Notre ambition est que le Mifa reste un marché où l'on continue de se sentir à l'aise pour travailler et où l'on maintient un bon échange entre les différentes catégories de professionnels. Ce qui a toujours fait sa force. Au final, l'édition de juin 2016 n'a fait que renforcer nos intuitions. Celle qui démarre aujourd'hui concrétise le travail que nous avons mené depuis plus d'un an. Les enjeux sont forts. Il va s'agir d'observer comment toutes ces évolutions vont fonctionner pour les confirmer et les renforcer en 2018.

Justement, fort des évolutions "déterminantes et structurantes" de cette année, vous qui disiez avoir en tête dès juin 2016 les pistes d'aménagements pour le Mifa 2017, savez-vous déjà à quoi ressemblera 2018 ?

Si ce choix s'avère probant bien sûr, la journée supplémentaire sera maintenue. Nous verrons aussi comment est accueilli le premier Mifa Campus créé le mardi. Quant à l'agrandissement du marché sur un étage, si ça fonctionne, notre question sera comment on agrandit 2018 dans la perspective de la venue de nouveaux participants qui ont déjà signalé leur intérêt pour de prochaines éditions.

Vous expliquez la journée supplémentaire par un agenda décuplé, or vous y ajoutez une nouveauté, le Mifa Campus, en outre parrainé par Guillermo del Toro. À quelle volonté obéit sa création ?

L'une des spécificités d'Annecy est le nombre de talents et, parmi eux, le nombre d'étudiants qui y participe. Leur présence est sans commune mesure et assez singulière dans le paysage des manifestations consacrées à l'audiovisuel et au cinéma en Europe et dans le monde. En 2016, il y avait 2 400 étudiants à Annecy.

Parallèlement à cela, la participation des pays émergents dans l'animation est assez importante, avec des talents issus de ces territoires qui attendent du Mifa un transfert d'expertise. La diversité des professionnels à Annecy nous permet d'être un tremplin pour l'industrie, et pour l'emploi. Par le passé, nous proposons déjà des contenus sur ces thématiques. Ce qui signifie que certaines bribes du Mifa Campus existaient mais qu'elles étaient éparpillées, donc manquaient de visibilité. Elles sont davantage le résultat d'un travail d'éditorialisation comme sur le Festival, avec les Midnight Specials par exemple. Enfin, ajouté à cela que les séances de recrutement des studios marchent très fort, davantage encore qu'en 2016, tous ces éléments nous ont décidés à créer un événement entièrement destiné à cette partie de la population que sont les talents. Cette nouvelle journée nous a paru être le bon moment pour le positionner.

Le parrain du Mifa Campus, Guillermo del Toro, qui participera également à une rencontre avec les étudiants, est de retour après une première visite l'an dernier pour sa série Trollhunters. Il a été conquis par Annecy ?

Dans l'histoire du Festival, il est vrai qu'on a très rarement vu un réalisateur de sa stature venir deux années de suite. Je crois qu'Annecy lui a bien plu en effet !

Autre révolution, les conférences sont désormais toutes centralisées à l'Impérial Palace alors qu'auparavant certaines avaient lieu à la Chambre de métiers. Quels peuvent être les autres impacts, outre le caractère pratique ?

Le premier impact, pour les participants, il est déjà pratique effectivement. Et la salle offrant par ailleurs une plus grande capacité d'accueil, je pense que cela va permettre une plus grande audience. La présence des auditeurs sera grandement facilitée et la visibilité meilleure. Les conférences ne peuvent que s'en trouver renforcées. D'une manière plus générale, nous nous attendons à une très belle édition et à un Mifa dans la continuité des dernières années qui va encore nous faire passer un cap.

Propos recueillis par Emmanuelle Miquet

© crédit photo : CITIA



#ANNECY2017 : LE FESTIVAL D'ANIMATION FRANÇAIS ÉTEND SA MARQUE JUSQU'À SÉOUL

13 juin 2017 Actualité Ciné

Dans le cadre du Festival d'Annecy et du Marché international du film d'animation (Mifa), une convention de partenariat pour créer un nouveau festival d'animation en Corée du Sud a été signée ce mardi, entre Citia, Image et industries créatives côté français, SBA Animation Center et SK Broadband pour la Corée du Sud.



Pour sa première édition, le Anney Asia International Animated Film Festival se tiendra à Séoul en 2019. "Avec ce partenariat, nous nous engageons mutuellement à unir nos compétences. C'est une belle opportunité de faire rayonner la marque Anney à l'étranger. Nous sommes certains que cette dynamique internationale nous enrichira collectivement", se réjouit Mickaël Marin, délégué général de Citia. Cette société organise le Festival international d'animation d'Annecy. Grâce à cette convention signée avec la Corée du Sud, elle déploie sa marque à l'international. Il s'agit là d'une nouvelle étape de cette stratégie après deux éditions d'Annecy Goes to Cannes sur la Croisette. La création de The Anney Asia International Animated Film Festival est un projet mené en association avec les coréens SBA Animation Center et SK Broadband (principal fournisseur d'accès haut débit de Corée du Sud).

En Corée du Sud, le secteur de l'animation est en plein essor. Ce partenariat permettra donc au pays de structurer sa filière, de s'imposer sur le marché mondial et de favoriser l'exportation des productions locales. "Le Festival d'Annecy, avec son magnifique paysage en toile de fond, sera désormais associé avec Séoul, cette ville située au cœur de l'Asie, qui cultive sa propre histoire tout en développant la technologie du futur. Ensemble, nous allons mettre sur pied le plus populaire des festivals d'animation d'Asie", ajoute Hyungcheol Joo, PDG de SBA Animation.

Les trois partenaires prévoient un lancement pour septembre 2019 au Digital Media City (DMC), cœur de l'industrie culturelle coréenne. Créé en 2002, ce complexe high-tech dédié aux nouvelles technologies numériques s'étend sur plus de 570.000 m² réunissant bureaux, salles d'expositions, salles de conférences... Ce haut lieu coréen de la culture accueillera donc, d'ici deux ans, la première édition de ce Festival dédié à l'animation internationale.



Entretien

SPECIAL MIFA

★ **Au fil de ces trente dernières années, la société Mac Guff Ligne, dont le nom vient du fameux "Macguffin" de Hitchcock, (une fausse piste), s'est construite une identité et une réputation qui lui sont propres dans le secteur des effets visuels et de l'animation. Trois de ses cofondateurs évoquent leur histoire, qui se confond avec celle de leur secteur.**

Comment s'est constitué Mac Guff ?

Rodolphe Chabrier : Tout est parti d'une bande assez hétéroclite de professionnels passionnés par la création d'images avec les nouvelles technologies. Nous avons acheté la première station de travail Silicon Graphics et travaillé sur des clips.

Philippe Sonrier : Nous nous sommes rencontrés lors d'une formation universitaire à la réalisation. Le petit collectif du début fabriquant des vidéos en mixant des images tournées sur fond bleu et des décors 2D/3D fabriqués avec Giximage, l'une des premières palettes graphiques. Les résultats ont été encourageants et remarqués par des producteurs de clips.

Jacques Bled : Des réalisateurs et producteurs se sont rendu compte du potentiel des nouvelles images que nous leur proposons. L'échange créatif s'est fait dans les deux sens. La réactivité de notre petite équipe ultra motivée et complémentaire a également été très appréciée. L'habillage télé, la pub et les vidéo clips ont été les supports fondateurs de Mac Guff.

Quels logiciels utilisez-vous ?

R.C. : Pour la publicité Mazda, nous avons travaillé avec la société TDI (Thomson Digital Image) sur le logiciel Explore, la base de ce qui allait devenir par la suite le logiciel Maya, aujourd'hui utilisé partout dans le monde. Frédéric Cros, qui était au début de l'aventure, a développé l'intégralité du logiciel de modélisation et d'animation Symbor et le logiciel de rendu MGLR, toujours utilisé aujourd'hui. Nous avons aussi développé un logiciel de compositing, Trukor, précurseur de Shake, racheté ensuite par Apple.

P.S. : Les outils logiciels disponibles sur le marché étaient précaires et très chers, il a donc fallu créer une force de développement en interne. En définitive, cette injonction a été structurante pour le studio et s'est révélée extrêmement fertile.

J.B. : Nous avons développé nos outils pour répondre aux besoins non couverts par les logiciels du marché, mais aussi pour garder une singularité et, ainsi, nous différencier. Mac Guff a travaillé son image, construit cette réputation d'apporter davantage à nos clients ce qu'ils attendaient. Mais les outils ne font pas tout. Notre pouvoir d'attractivité était aussi lié à la patte des graphistes et superviseurs.



Jacques Bled, Philippe Sonrier et Rodolphe Chabrier

« Une épopée formidable ! »

Comment êtes-vous arrivé aux effets visuels ?

R.C. : En ce qui concerne les longs métrages, on a commencé par effacer des ombres d'hélicoptère sur *La Haine*, de Mathieu Kassovitz (Lazennec Productions, Studiocanal). Nous avons ensuite travaillé sur les films de Jan Kounen, Wim Wenders, Gaspar Noé et Olivier Megaton. On essaie de se glisser dans la peau du réalisateur pour l'aider à formaliser ses souhaits.

P.S. : A la fin des années 80, on est arrivé sur un marché avide de nouveautés, qui voulait briser les codes visuels et les réinventer. C'est l'époque des vidéos clips, de la pub créative des débuts de Canal+, du plan image. On a fait nos premiers pas en effets visuels sophistiqués avec les clips musicaux de Jean-Baptiste Mondino (*L'Ennemi dans la glace*, d'Alain Chamfort) ou de Lewis Furey (*Le P'tit Voleur*, de Renaud).

J.B. : Pour les films de cinéma, c'est de pouvoir scanner des images 35 mm qui a déclenché la possibilité d'intégrer les images du réel dans une réflexion plus globale. La démocratisation des VFX est arrivée à un moment où il nous a aussi fallu rebondir sur d'autres secteurs d'activité, ce qui

nous a ouvert de nouvelles perspectives de marché.

Quelle est votre approche de l'animation ?

R.C. : Nous avons commencé dès l'origine avec *La Vie des bêtes* pour Canal+, mais *Azur* et *Asmar*, de Michel Ocelot a été notre premier long métrage d'animation. Nous avons alors appris le processus spécifique de ce type de travail, qui s'inscrit sur des cycles beaucoup plus longs, d'un ou deux ans. Nous avons ensuite réalisé *Pat et Stan*, de Pierre Coffin, pour la télévision, puis *Chasseur de dragons*, de Guillaume Lvernel et Arthur Qwak, qui nous a valu d'être repéré par Universal. Nous avons ensuite réalisé *Moi, moche et méchant*, de Chris Renaud et Pierre Coffin, et *Le Lorax*, de Chris Renaud et Kyle Balda, en tant que Mac Guff, pouvant réunir jusqu'à trois cents personnes. C'est alors qu'a été créé Illumination Mac Guff pour les films suivants.

P.S. : Malgré notre expertise et l'excellence de nos graphistes, chaque film d'animation reste une aventure risquée dans laquelle la fluidité du workflow est essentielle. Nous finissons actuellement la partie image de *Dilili à Paris*, le prochain film de Michel Ocelot, une production Nord-Ouest, et entreront

probablement en production de *Samsam*, avec Folivari, en début 2018.

J.B. : Ce sont les publicités de Pierre Coffin qui ont été remarquées et nous ont fait entrer dans le monde de l'animation. Nous avons alors commencé à travailler sur Maya et mis en place un workflow spécifique. Illumination Mac Guff, qui est actuellement l'un des plus importants studios d'animation du monde, n'aurait pas pu voir le jour sans Mac Guff.

Qu'est-ce qui a le plus changé en trente ans dans votre métier ?

R.C. : La technologie a fait beaucoup de progrès, mais paradoxalement, on met toujours autant de temps à calculer les images ! Les PC sont plus rapides, mais les images toujours plus complexes. On assiste aussi à une disparition des profils "généralistes" qui pouvaient maîtriser l'ensemble de la chaîne.

P.S. : A notre échelle, fondamentalement, la demande est la même : produire du jamais vu, du prodigieux, de la magie visuelle. Mac Guff est passé du statut de quasi-laboratoire à celui de studio, au sens où l'expérimentation n'occupe plus 50 % de l'activité ! De notre côté, toutes nos expériences se sont cristallisées en connaissance, en savoir-faire que nous remettons en jeu à chaque nouveau projet. Dans notre métier, l'histoire ne se répète pas, elle s'incrémente !

J.B. : La structuration même du travail a changé en passant de l'artisanat à une entreprise de plus de trois cents personnes ! C'est un changement complet d'échelle, de paradigme et de processus.

Comment voyez-vous Mac Guff dans dix ans ?

R.C. : Tout dépendra des jeunes qui travaillent chez nous en ce moment. Il faudra tenir compte des mécanismes de compétition fiscale qui ont une très grande importance et espérer que la profession s'organisera en France, comme elle sait le faire en Angleterre. Côté technique, je pense que la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle joueront un grand rôle dans notre manière de créer des images.

P.S. : Il est vraisemblable que Mac Guff de demain naviguera avec d'autres repères et de nouveaux paradigmes. En revanche, il est certain que l'on déclèrera les mêmes envies et le même acharnement à obtenir la fusion la plus pure entre l'artistique, la technique et l'économique.

J.B. : Partir d'une équipe de cinq personnes pour aboutir à ce que sont Mac Guff et Illumination Mac Guff aujourd'hui : c'est déjà une épopée formidable ! J'espère que la société continuera à fonctionner avec les mêmes axiomes, quelle que soit la technologie utilisée, en essayant de s'en dédouaner pour se rapprocher de la création.

Propos recueillis par Philippe Loranchet



Dossier

SPÉCIAL MIFA

Sacrée bible !



La série "Oscar est en retard" (52 x 11') est produite par Watch Next Media.

Document commercial inévitable pour les producteurs et les diffuseurs, outil indispensable pour les scénaristes et techniciens de l'image, la bible représente un enjeu crucial dans la création et la production d'une série. Tour d'horizon des problématiques majeures qu'elle rencontre.

★ Elle est plus qu'essentielle. Que ce soit évidemment en animation, mais aussi en fiction, la bible reste incontournable pour l'élaboration d'une

série. Les acteurs de l'audiovisuel y accordent une importance majeure. Et ce document, justement parce qu'il est à l'origine de tout, recouvre des problématiques bien précises.

Il convient d'abord de se pencher sur sa définition et de préciser que, dans le domaine de l'animation, on compte en fait deux bibles : celle dite "littéraire" et celle appelée "graphique". "Dans la première sont indiqués le concept de la série, la description et la caractérisation des personnages, leurs relations, leur back story [leur "passé", ndr], l'univers du programme. Y sont données également des précisions sur le ton, le genre et la structure des épisodes, ainsi que des axes d'histoire", précise Yann Labasque, directeur des programmes jeunesse chez TF1. Nathanaël Bronn, directeur artistique chez Zagtoon, et auteur avec Thomas Astruc de la bible graphique de la série *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (26 x 26'), produite en 3D CGI par Zagtoon et Method Animation pour TF1 et la cible des 6-10 ans, explique quant à lui ce qu'on trouve dans le second document : "On y définit tout le design de la série : des personnages aux décors, jusqu'au moindre objet. On y voit ainsi si la série va s'approcher d'un

certain réalisme ou, au contraire, d'un style beaucoup plus cartoon, etc."

Par ailleurs, il est important de souligner que la bible, qu'elle soit littéraire ou graphique, connaît deux phases distinctes. "Il faut distinguer la pré-bible, nommée aussi bible de présentation ou « pitch bible », de la bible à proprement parler. La première, si évidemment elle décrit aussi le concept de la série, les personnages, etc., elle le fait de manière plus succincte. Elle est avant tout destinée à convaincre les diffuseurs de s'engager dans le programme. La seconde se doit d'être développée. Quand elle est littéraire, elle vise à donner aux scénaristes les informations nécessaires pour qu'ils puissent écrire des scénarios cohérents avec ceux des autres épisodes. Quand elle est graphique, elle montre par exemple les personnages dans différentes poses (de face, de profil, de trois quarts...), pour que les storyboarders et les autres techniciens sachent les représenter ensuite dans toutes les séquences", commente Philippe Alessandri, producteur et fondateur de la société Watch Next Media. On l'aura compris, la bible, dans sa deuxième phase, est surtout lancée quand le projet a été acheté par un ou des diffuseurs. En termes de temps, l'élaboration de la pré-bible est celle qui en

mobilise le plus. "Nous avons développé la bible de présentation de *Miraculous* durant presque deux ans, en concertation avec les partenaires, raconte Nathanaël Bronn. La bible technique [autre terme pour désigner la bible dans sa deuxième phase, ndr] a, en revanche, demandé trois mois de travail".

Interaction entre l'écrit et le dessin

L'écriture d'une bible littéraire, comme l'élaboration d'une bible graphique, est rémunérée en général entre 10 000 € et 15 000 €. Précisons qu'il s'agit là d'une fourchette et que les tarifs évoluent en fonction de plusieurs critères. Par exemple, dans le cadre d'une bible graphique, plus il y a de personnages à dessiner, plus, logiquement, le prix augmentera. A noter aussi que dans la rémunération versée pour la bible littéraire est comprise, souvent, la rédaction d'un premier épisode.

Par ailleurs, les auteurs des bibles littéraire et graphique perçoivent des droits de diffusion spécifiques. En effet, à chaque diffusion d'un épisode, sur les droits d'auteur collectés



Le programme "Les As de la jungle, à la rescousse !" est produit par TAT Productions pour FTV.

par la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD), environ 85 % sont reversés aux scénaristes et les 15 % restants sont partagés entre les auteurs des bibles littéraire et graphique. Cette proportion est toutefois un ordre de grandeur, car elle varie selon divers éléments (si la série est l'adaptation d'une œuvre ou non, etc.). "La répartition des droits entre les différents auteurs s'effectue selon des barèmes approuvés par les auteurs en assemblée générale", explique Patrick Raude, secrétaire général de la SACD.

Dans la majorité des cas, c'est d'abord la rédaction de la bible littéraire qui est initiée, avant la conception de la bible graphique. Toutefois, cette rédaction et cette conception doivent s'effectuer rapidement en parallèle. "Pour nous, il est important que les deux soient mises en route quasi en même temps", souligne Pierre Siracusa, directeur délégué à l'animation chez France Télévisions. Le premier dessin réalisé est déjà un parti pris sur la représentation de l'univers du programme, qui a des conséquences littéraires évidentes. Il en est souvent plus dit sur les personnages et leur monde avec un croquis qu'avec une dizaine de pages écrites". Marc du Pontavice, le fondateur de Xilam Animation, évoque, lui, l'exemple du travail qui a été mené pour la série Paprika (52 x 13'), qu'il produit pour France Télévisions et Disney Monde, et qui illustre cette interaction majeure qu'il y a entre le dessin et l'écrit : "Le projet m'a été apporté par des graphistes qui avaient imaginé un univers avec un concept qui tenait en quelques mots. Cette proposition graphique a fait ensuite l'objet d'un premier développement littéraire par deux scénaristes, puis l'univers visuel a été revisité avec de nouveaux auteurs, ce qui a généré enfin une nouvelle réécriture de la bible littéraire. L'écrit et le dessin s'enrichissent mutuellement sans cesse". Destinée aux préscolaires, Paprika est actuellement en production.

Néanmoins, si beaucoup de professionnels ont compris l'intérêt de conduire de front les bibles littéraire et graphique, Pierre Siracusa déplore que, parfois, la collaboration entre les auteurs de ces deux matériaux ne

soit pas tout le temps optimale. "A mon sens, ils ne communiquent pas toujours assez", regrette-t-il.

"Eprouver" la bible

Il faut savoir que la création d'une bible, qu'elle soit littéraire ou graphique, est un exercice complexe, appelant à émettre des premières intentions, qu'il faut vite éprouver. "On ne peut concevoir ce matériel théorique tant qu'on n'a pas écrit un ou plusieurs épisodes. Seule la rédaction de scénarios permet de se rendre compte de comment vivent les personnages, de quels décors on a besoin, et de préciser aussi des éléments conceptuels, note Philippe Alessandri. Ensuite, on peut revenir à la bible, l'enrichir, voire la corriger".

Ce dernier donne un exemple précis concernant la série Oscar est en retard (52 x 11'), qu'il produit pour France Télévisions, Super RTL (Allemagne) et Channel 9 (Australie). Destinée aux 6-8 ans, elle a pour héros Oscar et Malika, tous deux âgés de 10 ans et en CM, voisins et amis, qui, chaque matin, vont ensemble à l'école. Mais, tous les jours, ils arrivent systématiquement en retard, car, sur le chemin, il leur arrive toujours une aventure incroyable ! Un jour, ils vont par exemple trouver un bébé dragon, qu'ils vont aider à retrouver sa mère ; un autre, ils vont permettre à la police d'arrêter un voleur. Et même si personne ne croit jamais à leurs histoires – surtout pas Prudence, la directrice de l'école – tout cela est pourtant bien vrai !

"Au départ, quand le concept de la série a été élaboré, les aventures d'Oscar et Malika devaient être racontées en flashback. Lors de la première séquence, les deux héros informaient Prudence de ce qui leur était arrivé, et après on voyait ce qu'ils avaient vécu. Suite à l'écriture d'un épisode, on a constaté que cette mécanique enlevait du suspens et de la dynamique. Il valait mieux raconter les histoires en temps réel. Et cela, nous ne l'avons donc compris uniquement parce qu'on s'est confrontés à la rédaction d'un scénario". La bible littéraire d'Oscar est en retard est signée Sylvain Huchet et Peter Saisselin, la bible graphique a été conçue par Jérémy Guiter et David



► 14 juin 2017 - N°1145



Maingault (pour les personnages) et Nathanaël Ferdinand et Antoine Birot (pour les décors). La série est réalisée en 2D par Jérémy Guiter.

“Un objet mouvant”

Pierre Siracusa revient sur cette nécessité d’“éprouver” la bible : “Quand on concrétise les intentions dans l’écriture d’un premier épisode, on réalise rapidement qu’elles sont à dépasser. Et c’est normal. La bible est un document vivant, qui doit être nourri, et que l’on va et l’on doit trahir. Il n’y a pas de série réussie sans réelle volonté de la questionner, de la pousser dans ses retranchements. Encore une fois, son paradoxe, c’est que c’est un objet mouvant, dont on aura la version finale que lorsque le dernier épisode sera écrit”.

Le directeur délégué à l’animation de France Télévisions va même plus loin en remettant en cause la place de la bible dans la chaîne de fabrication d’un programme. “Pour beaucoup de séries, il serait sans doute plus approprié que l’on nous fasse lire d’abord un épisode, et que l’on réfléchisse ensuite la bible à partir de ce même épisode”. Pour le programme à succès *Les As de la jungle*, à la rescousse !, que le groupe public diffuse depuis plusieurs années maintenant et dont il a commandé une troisième saison (52 x 13’), actuellement en développement, France Télévisions a d’ailleurs procédé, avec le producteur, TAT Productions, à une démarche particulière.

“Nous sommes partis d’abord sur la réalisation d’une série courte – *Les As de la jungle*, en direct (26 x 1’30) – qui a permis de poser les caractérisations des personnages. Puis, les personnages ont été mis en scène dans un unitaire de 55’ – *Les As de la jungle*, Opération Banquise. Avec ces deux productions, on a ainsi compris dans quelles circonstances les personnages étaient, par exemple, les plus drôles. Et, finalement, grâce à elles, on avait une matière intéressante pour rédiger, pour la série, non pas une pré-bible, mais une vraie bible de travail, dont la vocation principale était de réfléchir sur la mécanique narrative des épisodes”. Au final, ne faut-il pas totalement “désacraliser” la bible ? Pierre Siracusa donne un autre exemple. “Quand la société Normaal Animation a présenté un projet comme *Bonjour Le Monde !*, elle a eu tout à fait conscience que c’était un objet que l’on n’avait jamais vu, et que si elle voulait le vendre, il lui fallait aller à l’essentiel : non pas proposer une bible, mais produire d’abord un pilote”. (lire p. 20).

Toujours est-il que la conception des bibles littéraire et graphique reste une étape souvent utile et que ce travail, fréquemment accompagné de la rédaction d’un ou plusieurs épisodes, n’est, de l’avis de plusieurs professionnels, pas assez reconnu à sa juste valeur. “L’élaboration de la pré-bible et du premier épisode nécessite une implication sans commune mesure avec ce qui sera fait après. C’est la phase la plus longue, la plus pénible : il faut avancer,

revenir en arrière, tout en intégrant les contraintes d’une série, des volontés pas toujours en adéquation des différents partenaires, etc. Pour moi, si on doit trouver une justice dans la rémunération de ceux qui essuient les plâtres, cela ne peut pas se traduire uniquement que par l’obtention de droits spécifiques sur la diffusion. La rémunération directe de ces auteurs gagnerait à être reconsidérée”, analyse Pierre Siracusa.

Pour Philippe Alessandri, il faudrait déjà que les droits de bible soient plus importants. “Une part de 15 % sur les droits d’écriture, cela ne me semble pas suffisant. Il faudrait que cette part s’élève au moins à 20 %”, indique-t-il. Quant à Marc du Pontavice, il estime que si l’auteur de la bible littéraire est aussi le directeur d’écriture de la série, alors “cette part bible doit atteindre 25 %”.

Lutter contre l’“essoufflement”

Parmi les autres problématiques que soulèvent les bibles, Mélanie Duval, auteur et membre du conseil de la *Guilde française des scénaristes*, en pointe en particulier une : “souvent, les auteurs de la bible littéraire ne sont pas ceux qui vont assurer le suivi de l’écriture de la série. C’est dommage, parce qu’il y a alors une perte d’informations entre ceux qui ont donc imaginé l’univers et ceux qui créent le programme. S’il y avait davantage de continuité, on pourrait voir des séries beaucoup plus incarnées”. Sur cette

question, Yann Labasque expose son avis : “Il faut rappeler qu’il y a des auteurs qui sont vraiment passionnés par le travail du développement, et qui, une fois qu’ils l’ont accompli, ont envie de passer à autre chose. En ce qui nous concerne, quand le directeur d’écriture n’a pas été la personne ayant conçu la série, nous demandons à ce qu’il ait un passage de témoin qui s’effectue dans la durée”. De plus, il ne faut pas oublier que des auteurs de bible peuvent ne pas poursuivre leur travail sur une série pour des raisons d’essoufflement. Il n’est en effet pas toujours évident de se renouveler quand on a travaillé de six mois à parfois trois ans sur un projet.

Enfin, il ne faut pas croire qu’une bible littéraire ou graphique s’impose que pour le lancement d’une nouvelle série. “Quand nous travaillons sur la nouvelle saison d’un de nos programmes, nous élaborons aussi une nouvelle bible littéraire. Chaque saison doit apporter des perspectives inédites, c’est pourquoi il est nécessaire de s’atteler à une bible qui lui est précisément dédiée”, précise Marc du Pontavice.

Ainsi, on le voit, la bible, qu’elle soit littéraire ou graphique, qu’elle soit dans sa première ou sa seconde phase, reste toujours un document indispensable. Mais il ne faut pas hésiter à le boussuler. Il est finalement l’incarnation même du principal commandement de la création, celui qu’il n’y a jamais de règles définies à suivre.

Lucas Fillon



BOURG-LÈS-VALENCE L'ANNONCE A ÉTÉ FAITE, HIER, AU FESTIVAL INTERNATIONAL D'ANIMATION D'ANNECY

Le studio TeamTo va ouvrir sa propre école d'animateurs de l'image en 3D

Le projet est aussi ambitieux que généreux. « C'est ancré en moi. Il y a un peu une dimension politique », reconnaît Guillaume Hellouin dans un sourire. « Moi-même, je suis arrivé dans ce métier du cinéma d'animation par hasard. Dans le cadre de mon école de commerce, j'avais fait un stage chez IBM sur un ordinateur graphique. » Pionnier de la 3D, Guillaume Hellouin baigne dans cet univers depuis les années 1990. En 2005, 11 ans après avoir créé le studio d'animation et d'effets visuels Sparx, il crée TeamTo. En 2008, il installe la division "production" à la Cartoucherie, à Bourg-lès-Valence. Un lieu chargé d'histoire, presque mythique, consacré à l'image animée. En 2018, l'année des dix ans de son installation dans la Drôme, TeamTo ouvrira sa propre école de l'animation en 3D.

Guillaume Hellouin l'a annoncé officiellement, hier, dans le cadre du Festival international d'animation d'Annecy. « Une école de plus », pourraient être tentés de dire les professionnels de l'animation. « Même si on a un pool d'écoles extraordinaire en France, il faut toujours plus d'animateurs d'images », se défend Guillaume Hellouin. D'autant que ces écoles « forment

plutôt des artistes aux métiers de l'animation. Nous, on va se focaliser sur le métier d'animateur d'images en 3D. » Un métier en tension depuis 2016, année où la production de films d'animation a été relocalisée en France (lire ci-contre).

Sélection sur internet

Par ailleurs, l'école que va ouvrir le président-directeur-général de TeamTo suit « une approche différente ». Elle ciblera plus particulièrement un public de jeunes de plus de 18 ans non diplômés. Un partenariat sera ainsi noué avec le réseau des Écoles de la deuxième chance. « L'école a la vocation d'aller chercher des profils éloignés socio-culturellement des métiers de l'animation », précise Guillaume Hellouin. Les candidats seront sélectionnés sur le test de la balle, accessible sur internet. « Ce test nous permettra de détecter leur potentiel à devenir des animateurs d'images hors normes. La formation de six mois que leur dispensera l'école le révélera. »

Autre différence, l'école de TeamTo sera gratuite. Parce que Guillaume Hellouin veut pouvoir offrir à des jeunes en rupture scolaire, ou dont les parents ne peuvent pas payer les frais de scolarité des prestigieuses et excellentes écoles d'animation, « l'opportunité d'apprendre et

d'exercer ce métier extraordinaire d'animateur d'images en 3D. Je veux leur donner leur chance. »

La première promotion comptera 25 candidats. Les suivantes, 50. « Les meilleurs seront sélectionnés », assure Guillaume Hellouin, qui veut faire d'Écas une école d'excellence.

L'info en +

FORMATION

Écas dispensera une formation autour de 10 modules, qui privilégiera le travail de groupe.

DURÉE

Six mois au cours desquels six formateurs se relaieront.

où

À la Cartoucherie à Bourg-lès-Valence.

coût

180 000 euros financés par TeamTo, Valence Romans Agglo et peut-être d'autres partenaires publics, du mécénat.





Annecy 2017 - Le festival déploie son savoir-faire en Corée



Date de publication : 14/06/2017 - 08:10

Une convention de partenariat a été signée le 13 juin dans le cadre du **Mifa**, entre Citia, le SBA, Seoul Animation Center et l'opérateur de téléphonie SK Broadband, afin de créer un nouveau festival d'animation qui se tiendra à Séoul en 2019.

Après Annecy Goes to Cannes, initiative permettant d'organiser une projection de films en postproduction à la recherche de vendeurs et de distributeurs, dans le cadre du Marché du Film du Festival de Cannes, le prochain déploiement aura lieu sur le continent asiatique, à Séoul.

Le principe du Annecy Asia Festival, contraction du Annecy Asia International Animated Film Festival, est né d'une série d'échanges entre Citia et deux acteurs majeurs du secteur coréen, SK Broadband et le SBA, Seoul Animation Center. Créé en 1999, ce dernier soutient à la fois l'industrie de la BD, du jeu vidéo et de l'animation sud-coréenne, en organisant notamment diverses animations et expositions ainsi que le festival international de dessin animé et d'animation de Séoul (SICAF) qui se déroule en juillet. Quant à SK Broadband, qui s'appelait précédemment Hanaro Telecom, il fait partie de ces grands fournisseurs d'accès internet haut débit qui ont largement contribué à faire des coréens des adeptes du visionnage sur mobile.

En tant que directeur de Citia, Patrick Eveno se réjouissait de cet accord "qui fait sens dans le cadre de la stratégie de développement à l'international que nous menons depuis une dizaine d'années. Nous avons voulu partager avec d'autres festivals et sur le long terme notre approche des œuvres et de leurs producteurs. Mais à présent, nous allons franchir une nouvelle étape en déployant notre marque et notre vision de l'animation dans d'autres pays". L'idée de base est de créer une manifestation grand public qui devienne rapidement très populaire. "J'en ai parlé aux autorités de Séoul qui ont adoré cette idée de collaboration avec Annecy, du fait que les deux villes ont déjà développé des relations suivies", a précisé Harry Yoon, directeur général de SK Broadband, qui était dans le jury long métrage il y a trois ans.

Le Annecy Asia Festival sera également accompagné d'un marché qui devrait compter sur les



Annecy 2017 - Tiphaine de Ragueneil : Plus de séries produites grâce à l'accord avec la profession



Date de publication : 14/06/2017 - 08:45

En amont de la présentation de France Télévisions, premier diffuseur européen dans l'animation, la directrice des activités jeunesse du groupe et directrice exécutive de France 4 dévoile les grandes lignes de la saison à venir sur les antennes du groupe public.

Rendez-vous très couru du **Mifa** de par le poids de France Télévisions dans la série d'animation, la présentation du groupe public pour la saison 2017-2018 est attendue mercredi 14 juin à 18h45 en présence de Xavier Couture, le bras droit de Delphine Ernotte Cunci retenue à Paris en revanche.

Dans un entretien accordé au Film français daté du 9 juin (cf. n°3753), Tiphaine de Ragueneil, directrice des activités jeunesse du groupe et directrice exécutive de France 4, a levé le voile, en avant-première, sur la saison 2017-2018, forte du bilan de celle qui se termine et qu'elle juge "très positif". Morceaux choisis.

En 2016, le diffuseur revendique avoir maintenu "un volume de diffusion très important sur l'ensemble des antennes du groupe – particulièrement France 4", soit "5 800 heures d'animation"

au total, et "des audiences qui sont au rendez-vous. Chaque semaine, un enfant sur trois est devant les programmes jeunesse de France Télévisions". Sur le numérique, sa performance atteint "1,1 milliard de vidéos vues contre 708 millions en 2015, et un niveau record en avril, le mois des vacances de Pâques, avec 107 millions de vidéos vues, porté notamment par l'offre Zouzous (le label préscolaire du groupe qui, outre la plateforme dédiée, est diffusé sur France 5 le matin et France 4 à l'heure du déjeuner, Ndlr) totalement refondée, et le lancement plus récent de l'offre Ludo (le label des +6 ans, sur France 3 en matinée et France 4 en journée, Ndlr)".

Ce succès est en partie porté par France 4 dont la part d'audience "a gagné 40% sur les enfants" entre 2015 et 2016. Son hit "incontesté" ? Les as de la jungle, saison 2, qui n'en finit pas de progresser, de bon augure pour le long, présenté en séance événement à Annecy cette année. Plus généralement, le diffuseur doit ses meilleurs scores aux "créations françaises, au cœur de [sa] stratégie" : pour l'offre Zouzous, Oui-Oui, Simon, qui ne va pas en rester là, Ernest et Célestine, la collection..., pour l'offre Ludo, Grizzly et les Lemmings...

La saison à venir "s'articulera autour de deux axes importants inscrits dans la stratégie globale de France Télévisions : le renforcement du soutien à la création d'animation" et "la poursuite du travail engagé sur le numérique, l'offre de programmes jeunesse étant aussi l'un des piliers éditoriaux de la nouvelle plateforme France.tv et de l'offre SVàD, qui sera lancée à la fin de l'année 2017".

Le diffuseur s'est fixé plusieurs priorités éditoriales pour ses programmes d'animation : "renforcer la comédie, notamment le cartoon, avec une saison 2 de Grizzly et les Lemmings" ou "dans un univers différent", Take it Easy Mike (78x7 minutes, TeamTO) pour Ludo, développer "l'action-aventure, et plus seulement par des acquisitions", mais aussi des productions et des développements qui devraient être annoncés à Annecy.

Parallèlement, il poursuit son travail "sur des offres distinctives pour le service public. Soit par des formes innovantes, tel l'hybride avec une saison 2 de 7 nains et moi, ou une nouvelle série sur la cuisine et le bien-manger, Mick, le mini chef." "Soit par le biais de thématiques culturelles peu traitées par les autres chaînes jeunesse, telles la musique" via Max & Maestro, la lecture avec Yetili saison 2...

Enfin, "les contenus spécifiques pour le numérique seront renforcés avec, par exemple, Super fastoche, une création originale produite par les Belges de Panique !". C'est l'un "des points importants" de l'accord récemment renouvelé entre France Télévisions et le syndicat des producteurs de films d'animation, qui "intègre désormais les séries produites pour le numérique". Plus globalement, l'accord qui prévoit une hausse des investissements du groupe (29 M€ en 2016, stable à l'année précédente, puis 30 M€ annuels sur la période 2017-2018 et 32 M€ sur la période 2019-2020), "nous permettra de produire un peu plus de séries chaque année" et de "poursuivre notre travail en matière de création originale", observe Tiphaine de Raguanel.

Dans le registre du long où France Télévisions est présent via France 3 Cinéma, qui accompagne trois films par an, et désormais France 4 via quelques préachats, l'accord met l'accent sur les films familiaux "assez rares dans les projets qui nous sont actuellement proposés". "Nous continuerons à soutenir des films d'animation d'auteur mais, si on doit renforcer notre investissement dans le cinéma, ce serait prioritairement dans des films familiaux", souligne Tiphaine de Raguanel.

Quant à la création originale, versus l'adaptation, très répandue dans le secteur de l'animation et sujet de crispation il y a un an à Annecy, "notre objectif est qu'elle conserve une place importante dans notre investissement", soit près de 60% sur les 23 productions françaises (139 heures) financées par France Télévisions en 2016".

Emmanuelle Miquet

© crédit photo : Martin Colombet pour



#ANNECY2017 - PIERRE SIRACUSA (FTV) : "L'ANIMATION FRANÇAISE N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI COMPÉTITIVE"

🕒 14 juin 2017 📁 Actualité TV, Dossiers

Mise à jour : toutes les annonces de France Télévisions réalisées à Annecy.



France Télévisions va dévoiler ce mercredi l'ensemble de ses propositions en terme d'animation pour les saisons prochaines à l'occasion du festival d'Annecy. Tiphaine de Ragueneil, directrice des activités jeunesse et directrice exécutive de France 4, et Pierre Siracusa, directeur délégué à l'animation, évoquent les ambitions du groupe audiovisuel public pour le secteur.

Quelle est l'ambition de France Télévisions en matière d'animation ?



Tiphaine de Ragueneil

Tiphaine de Ragueneil : L'ambition particulière de FTV est de s'adresser à l'ensemble des enfants en jouant un rôle qui nous semble très important pour le service public, à savoir informer et guider les parents dans le choix des programmes qui sont adaptés à leurs enfants en fonction de leur âge. C'est ce que nous faisons à travers nos deux marques fortes pour la jeunesse sur France Télévisions.

Il y a Zouzous pour les plus petits, présent sur France 5 en matinée, sur France 4 à l'heure du déjeuner, sur l'ensemble des supports digitaux de France Télévisions et sur une plateforme numérique dédiée à travers une application Zouzous qui est disponible sur tablettes, mobiles et TV connectées.

L'autre marque forte, c'est Ludo, label référence pour les contenus à destination des enfants de 6 à 12 ans. Et à l'intérieur de Ludo, nous avons une diversité de propositions. Sur France 3 en matinée avec une offre à destination d'un public 6-8 ans mais aussi une proposition plus familiale qui peut rassembler les parents et les enfants le week-end. On y trouve par exemple des propriétés indémodables comme *Scooby-Doo* mais aussi des nouveautés telles que *Grizy et les Lemmings* (78x7' / Studio Hari) ou des séries hybrides comme *Sept Nains & Moi* (26x26' / Method Animation).

Ludo est aussi présent sur France 4 avec, le matin, une offre action-aventure "En mode action" dans laquelle on a notamment les super-héros. On réalise dans cette case d'excellents scores sur les 15-24 et les 15-34 ans ce qui nous permet de jouer aussi sur le lien entre les générations. Et l'après-midi sur France 4, on a une case "En mode cool" qui rassemble le meilleur de l'offre de France Télévisions, plutôt axée sur la comédie, avec des marques phares que sont *Les As de la Jungle* (saison 2 : 52x11' / TAT Productions), *Angelo la débrouille* (saison 4 en production 52x13' / TeamTO) et *Molusco* (52x13' / Je Suis Bien Content). Et puis Ludo est aussi présent sur le numérique.



Quelles sont les évolutions récentes notables de la structuration de l'offre de France

Télévisions ?

Tiphaine de Raguenel : Les grosses modifications sont liées à l'arrivée de France 4 qui permet d'élargir l'offre à destination des 6-10 ans. D'abord en l'ayant élargie à des programmes action-aventure qui étaient très peu présents il y a encore quelques années. Et puis aussi pour trouver une place afin d'exposer et de faire connaître des programmes de création originale comme *Les As de la Jungle* et *Molusco*. Nos cases de l'après-midi sur France 4, qui sont moins concurrentielles et avec une écoute et un usage qui est différent, permettent de faire rencontrer le succès à des séries inédites qui ne sont pas adossées à des marques pré-existantes.

Les changements liés au rythme scolaire impactent-ils votre programmation ? Comment ?

Tiphaine de Raguenel : Bien sûr, d'abord parce que le mercredi matin n'est plus un jour sans école. Il y a eu des modifications notamment sur France 3 qui proposait une programmation étendue comparable à celle du samedi et du dimanche le mercredi, ce qui n'est plus le cas aujourd'hui. On suit la disponibilité des enfants continuellement donc les changements liés aux rythmes scolaires ont effectivement un impact sur notre offre.

L'autre évolution importante pour nous, que l'on travaille et qui fait la distinction de l'offre de service public, c'est le renforcement du traitement de thématiques qui sont particulièrement négligées par les autres diffuseurs.

Lesquelles ?

Tiphaine de Raguenel : La lecture par exemple. On a lancé en décembre dernier une série qui s'appelle *Yétli* (26x7' / Darjeeling et Moving Puppet), qui propose pour les enfants les plus jeunes la découverte du plaisir de la lecture. C'est un Yéti qui lit des succès et découvertes de la littérature jeunesse à deux petites souris. La série propose à la fois de découvrir l'intégralité d'un texte de littérature jeunesse et, à travers la relation particulière entre le Yéti et les souris, le plaisir qu'on a à partager entre petits et grands une lecture.

On aborde aussi la poésie avec la série *En sortant de l'école* dont on va lancer la cinquième saison (13x3' / Tant Mieux Prod) autour de la poésie de Claude Roy. On peut aussi parler de la philosophie avec une série comme *Mily Miss Question* (saison 2 en production 52x7' / Ciel de Paris). Et la musique classique sera à l'honneur à Annecy avec une série qui va bientôt arriver à l'antenne, *Max & Maestro* (52x13' / Monello), sous le parrainage de Daniel Barenboim, autour de la découverte de la musique classique mais d'une manière qui peut plaire aux enfants d'aujourd'hui ce qui était tout le défi sur le sujet.

Quels sont vos motifs de satisfaction récemment ?

Tiphaine de Raguenel : Ils sont nombreux ! (rires) Globalement, les très bons scores de France 4 en progression de plus de 40% sur un an sur les 4-14 ans. Nous sommes proches des 12% de PdA sur les enfants en moyenne sur la journée. Et nous obtenons de très bons scores en sortie d'école, 17% de PdA, ce qui nous permet d'être la première chaîne jeunesse sur les 4-14 ans entre 16h30 et 19h.

En terme de séries, *Les As de la Jungle* est une grande satisfaction par exemple parce que c'est une série que nous avons porté du court métrage initial jusqu'au succès qu'on lui connaît aujourd'hui. C'est actuellement la deuxième saison et le programme va faire l'objet d'une adaptation au cinéma qui sortira en salles le 21 juillet [voir le plan de financement, ndr], et qui sera projeté à Annecy dans le cadre du festival.

Et puis évidemment le succès des Zouzous, un univers qui continue de progresser, que ce soit à l'antenne ou sur le numérique.

Quel est l'investissement de France Télévisions dans l'animation et comment se répartit-il ?

Pierre Siracusa : L'investissement était jusqu'ici de 29 millions d'euros par an. Cela fait de France Télévisions le premier investisseur français dans le dessin animé et le premier investisseur européen également. Le budget se répartit globalement de manière équitable, un tiers/un tiers/un tiers, entre France 3, France 4 et France 5.

L'enveloppe totale va évoluer dans les années qui viennent puisque l'on vient de signer les décrets qui encadrent nos rapports avec les producteurs d'animation et qui prévoient une évolution notable sur les 4 prochaines années, jusqu'en 2020. Ils vont faire porter cet investissement annuel à 32 millions, soit une augmentation de près de 7%, ce qui, dans le contexte actuel, est remarquable.

Qu'est-ce qu'implique l'arrêt de la publicité sur les programmes d'animation pour les enfants ?

Tiphaine de Ragueneil : La loi a été votée mais il n'y a pas encore de décret d'application. Il y a effectivement une perte de ressources publicitaires pour FTV qu'on estime à 17 millions d'euros mais qui ne se traduira pas par une baisse d'une offre d'investissement.

Comment cette perte est compensée ?

Tiphaine de Ragueneil : Elle n'est pas imputée au genre de l'animation. Dans la stratégie de Delphine Ernotte, qui est reprise dans le contrat d'objectifs et de moyens de France Télévisions, l'ambition de FTV est d'investir de plus en plus dans la création, l'animation étant l'un des genres de la création au même titre que la fiction, le documentaire et le spectacle vivant.

Quels sont vos besoins artistiques actuellement ? Que recherchez-vous ?

Pierre Siracusa : Comme le disait Tiphaine, notre feuille de route est d'offrir des programmes à toutes les cibles et tous les enfants. Pour être un peu plus précis, une des grandes évolutions de ces dernières années réside dans le grand rajeunissement de la consommation d'animation. L'abandon de la consommation de l'animation qui relevait avant du passage au collège intervient de plus en plus autour du CM1, aux alentours de 8 ans. Un changement causé par la multiplication des écrans, l'explosion de YouTube ou encore les jeux vidéo...

De fait, la majorité de nos besoins se retrouvent sur la cible des moins de 8 ans mais une de nos spécificités à nous, c'est aussi de considérer qu'on doit pouvoir adresser des dessins animés aux 8-12 et on voit à quel point quand on les réussit et on les cible bien, ça peut être un succès notamment avec les cases "En mode action".

Nous avons aussi cette grande spécificité puisque personne d'autre le fait de proposer des programmes familiaux qui mélangent petits et grands. On a besoin aussi de casser un peu l'habitude de faire des programmes pour garçon d'un côté et des programmes pour filles de l'autre. Nous aimerions réunir garçons et filles à l'intérieur d'un même programme. Et comme les autres diffuseurs, nous recherchons des figures intéressantes de personnages féminins qui vont sortir des stéréotypes classiques de la petite princesse ou du garçon manqué. A ce titre, nous avons lancé l'année dernière à l'occasion du festival d'Annecy un appel d'offres où nous amenions auteurs et producteurs à réfléchir à cette question de la représentation féminine à l'intérieur de nos cases.



Quels sont les projets à venir sur les antennes de France Télévisions ?

Pierre Siracusa : Une des grosses annonces, c'est l'arrivée de *Max & Maestro* début 2018. Il s'agit d'un projet assez attendu car il est le chaînon manquant de notre offre. Beaucoup de producteurs et diffuseurs se sont cassés les dents sur la manière de sensibiliser et intéresser les enfants à la musique classique. Tout l'enjeu autour de *Max & Maestro* est d'en faire, malgré l'implication de Daniel Barenboim, une série kids relativement classique que les enfants pourraient accueillir comme n'importe quel blockbuster. Trouver le bon dosage entre la partie de pur divertissement et sa dimension musicale était compliqué et nous a pris du temps en développement et en écriture. Mais le résultat est une réussite.

Tiphaine de Raguenel : En programme pré-scolaire, il y a *Paprika* (78x7' / Xilam) qui est la première expérience de Xilam en animation pour les plus petits. C'est une série qui met en scène deux héros, Olivia et Stan, l'un étant en fauteuil roulant, très actif et dynamique un peu plus réfléchi, et qui ont comme souvent les enfants l'art de transformer leur quotidien en une aventure extraordinaire. La série dispose d'un univers visuel vraiment inédit sur le pré-scolaire avec un rythme qui n'est pas non plus habituel et un univers sonore original, qui emprunte à la fois aux jeux vidéo et aux bruitages. Et par ailleurs, c'est une série qui met en scène la bienveillance et la dimension chaleureuse que les enfants peuvent partager entre eux.

Pierre Siracusa : On voit à quel point le dessin animé moderne est très perméable aux évolutions technologiques. On accompagne ainsi la montée en puissance de la fiction hybride. On va annoncer la saison 2 de *Sept nains & Moi* dans ce registre et, côté cartoon, on annonce *Take It Easy Mike* (78x7' / TeamTO). TeamTO est le premier à rendre possible un cartoon avec un rendu totalement réaliste. Par exemple, on a vraiment un carlin, qui a beau être totalement de synthèse, ressemble comme deux gouttes d'eau à un vrai fait de chair et d'os. Cela n'a l'air de rien mais ça change de nombreuses choses, même aux gags du cartoon pour qui on a tous une perception différente ou bien sur le terrain de l'expressivité des personnages. Il n'est pas exclu que *Take It Easy Mike* soit une petite révolution dans le joyeux monde du cartoon.

Tiphaine de Raguenel : Dans les séries hybrides, on a aussi *Ollie & Moon* (52x11' / Cottonwood) qui arrivera à l'antenne fin 2017 ou début 2018. C'est une série sur le voyage et la découverte de destinations étrangères. Elle met en scène deux personnages animés sur fond d'images réelles.

Pierre Siracusa : Enfin, il y a la question du ludo-éducatif où nous sommes déjà présents sur du pré-scolaire, avec notamment *Les Kiwis* qui sont une très belle concurrence à *Dora* sur l'apprentissage de l'anglais, mais encore avec *Oui-Oui* sur l'apprentissage des lettres par exemple. En revanche, ce qui est beaucoup plus délicat parce que ce n'est pas la première demande du public, c'est la question du ludo-éducatif sur des cibles un peu plus âgées. On va annoncer deux séries très didactiques adressées aux kids. La première, *Super Fastoche*, par les réalisateurs de *Panique au Village*, sur la manière de fabriquer un dessin animé et qui sera exclusivement réservé à nos offres numériques. La deuxième, *Mille et un Moyen-Âge*, qui est faite avec l'association Guédelon qui recrée un château fort dans les conditions du Moyen-Âge.



Comment définir la stratégie numérique de France Télévisions sur l'animation et la jeunesse ?

Pierre Siracusa : La première stratégie est d'accompagner l'évolution des usages des enfants. Ils ont à leur disposition des *devices* qui leur permettent de regarder ce qu'ils veulent quand ils veulent : il serait choquant qu'on ne leur propose pas nos programmes sous cette forme. Ensuite, on développe aussi des programmes d'accompagnement ou d'approfondissement qui nous permettent, notamment quand on va sur une série de pur divertissement à l'antenne, de proposer à partir de l'univers de la série des contenus plus didactiques ou sur un autre terrain.

Tiphaine de Raguenel : Le numérique est un univers extrêmement concurrentiel. Aujourd'hui, la jeunesse sur le digital sur France Télévisions, c'est 1.1 milliards de vidéos vues par an, un chiffre gros mais qui traduit le succès de nos offres sur cet univers-là. Par ailleurs, nos applications Zouzous et Ludo sont très bien positionnées sur le store vis-à-vis de YouTube par exemple, avec YouTube Kids qui a une logique assez différente de FTV car ils sont eux agrégateurs de contenus. Nous, nous revendiquons le fait d'être éditeur. Comme nous engageons environ 15 séries par an, nous avons une position sur le marché qui nous permet d'initier des projets et de travailler en étroite collaboration avec les producteurs. Et, par ailleurs, nous avons cette conviction qu'il est important de distinguer les contenus pré-scolaire et les contenus pour les plus grands, et que ça fait parti du rôle de référence que doit avoir le service public.

Quel rôle joue et va jouer la nouvelle plateforme France.tv ?

Tiphaine de Raguenel : L'animation est un des piliers éditoriaux de l'offre numérique de France Télévisions. La jeunesse, c'est environ 50% des vidéos vues sur les supports France Télévisions hors réseaux sociaux. C'est un genre majeur qui continue et va continuer à avoir une place majeure dans la nouvelle plateforme France.tv, en intégrant la logique de cette nouvelle plateforme avec une offre rassemblée dans un endroit unique mais également éditorialisée. Par ailleurs, les contenus jeunesse produits exclusivement pour le numérique qui sont présents sur nos plateformes Ludo et Zouzous feront aussi leur apparition sur France.tv à horizon septembre.

Quels sont les modes d'accès les plus populaires ?

Tiphaine de Raguenel : Le desktop sur les enfants est relativement marginal pour les enfants. Sur Zouzous, la majorité de l'usage se fait depuis l'IPTV, notamment sur les box, et puis sur tablette. Sur les plus grands, l'usage sur mobile est un peu plus important que les enfants.

Quels sont les enjeux pour l'animation française à l'avenir ?

Pierre Siracusa : J'ai le sentiment que l'animation en France n'a jamais été aussi compétitive. Le premier enjeu est de continuer à innover. Il y a une capacité qu'on a vu apparaître depuis le début des années 2000 du monde de l'animation à aller chercher des innovations technologiques, de les digérer et d'en faire des outils soit au service de la réduction des coûts, soit au service de propositions visuelles nouvelles.

Il y a au moins pour nous un enjeu de cibles, et c'est aussi à ça que France 3 et France 4 s'attellent, c'est essayer d'intéresser d'autres cibles que les cibles traditionnelles de l'animation. Voilà tout l'enjeu de l'animation familiale qui commence depuis quelques années à capitaliser sur les parents ou les grands enfants. C'est quelque chose qui pourrait offrir de nouveaux horizons à l'animation. D'habitude, les engagements de France Télévisions étaient consolidés sur deux ans, on les a porté sur quatre années justement pour essayer d'être dans une orthodoxie budgétaire qui puisse permettre au secteur de voir un peu plus loin. On est sur des productions qui sont longues et coûteuses : le fait d'être sur des cycles un peu plus longs, cela va permettre aussi aux producteurs d'envisager plus sereinement les prochaines années.

Qu'en est-il de l'animation pour les jeunes adultes chez France Télévisions ?

Pierre Siracusa : Nous avons lancé l'an dernier la première série revendiquée adulte en dessin animé, *Lastman* (26x11' / Everybody On Deck et Je Suis Bien Content), qui je crois a été un vrai succès. On a réuni plus de 100.000 téléspectateurs en deuxième partie de soirée sur France 4 ce qui est un beau score. Le repositionnement de France 4 sur du familial exclusivement en soirée fait que c'est vraisemblablement par le biais d'une plateforme qu'on va adresser des programmes plus jeunes adultes en animation. Pour le coup, le modèle économique n'est plus le même et ça pose d'autres questions mais c'est aussi un choix évident, celui de consolider et de transformer l'essai plutôt réussi avec *Lastman*.

Vous avez d'autres projets de ce style sous la main ?

Tiphaine de Ragueneil : Aujourd'hui, notre priorité est surtout liée au positionnement familial de France 4. On va lancer cet été *La Science des Soucis* (39x5' / Vivement Lundi et Tchack), une série hybride qui mélange live et animation et qui met en scène la vie d'une famille aux prises avec une galaxie de trakazoaires, ceux-ci étant les responsables de tous nos tracas du quotidien : pourquoi nos lacets se défont toujours, pourquoi il y a des pannes de courant, pourquoi on a la fâcheuse habitude de se cogner aux coins des meubles... C'est de la comédie familiale et ce sera diffusé cet été sur France 4 à des horaires d'avant-soirée avec l'ambition de rassembler tout le monde.



Le Festival d'Annecy, une marque dont la notoriété ne cesse de s'étendre...

Avec déjà 3 000 accrédités annoncés au **Mifa**, son salon professionnel, et 10 000 à ses projections, le Festival d'Annecy affiche une forme resplendissante. Dans son interview vidéo, Patrick Eveno, directeur de la Cité de l'image en mouvement (Citia), fait un point sur la manifestation, avant de nous présenter plus en détail le CITIA qui organise l'évènement. Enfin, il nous dévoile la création à Séoul, en 2019, de The Annecy Asia International Animated Film Festival...

Le CITIA va en effet déployer la marque « Annecy » à l'international au travers d'une convention de partenariat signée, ce mardi 13 juin, avec les entreprises coréennes SBA Animation Center et SK Broadband. Cet accord donnera naissance au premier Annecy Asia International Animated Film Festival qui se tiendra dans la capitale de la Corée du Sud en 2019. L'organisateur du plus grand festival d'animation au monde décline ainsi sa marque et son savoir-faire hors de nos frontières, franchissant une nouvelle étape stratégique.

Créé en 1999, SBA Animation Center soutient l'industrie de la bande dessinée, du jeu vidéo et de l'animation sud-coréenne à travers l'organisation de diverses animations et expositions et du festival international de dessin animé et d'animation de Séoul (SICAF). Quant à SK Broadband, connu précédemment sous le nom de Hanaro Telecom, il est tout simplement l'un des plus grands fournisseurs d'accès internet haut débit en Corée du Sud.

Les trois partenaires impliqués envisagent de lancer le nouvel événement en septembre 2019 au Digital Media City (DMC), cœur de l'industrie culturelle coréenne. Créé en 2002, ce complexe high-tech dédié aux nouvelles technologies numériques - mais également haut lieu coréen de la culture - s'étend sur plus de 570 000 m², réunissant bureaux, salles d'expositions, salles de conférences...

« Avec ce partenariat, nous nous engageons mutuellement à unir nos compétences. C'est une belle opportunité de faire rayonner la marque Annecy à l'étranger. Nous sommes certains que cette dynamique internationale nous enrichira collectivement », se réjouit Mickaël Marin, délégué général de CITIA.

En Corée du Sud, le secteur de l'animation est en plein essor. Ce partenariat permettra donc au pays de structurer sa filière, de s'imposer sur le marché mondial et de favoriser l'exportation des productions locales.

« Le Festival d'Annecy, avec son magnifique paysage en toile de fond, sera désormais associé avec Séoul, ville située au cœur de l'Asie, qui cultive sa propre histoire tout en développant la technologie du futur. Ensemble, nous allons mettre sur pied le plus populaire des festivals d'animation d'Asie », renchérit Hyungcheol Joo, P-DG de SBA Animation.



Animateur de personnages 3D, un métier en manque de talents



Au festival d'Annecy, l'École des Gobelins a rappelé que les studios manquaient de professionnels spécialisés dans l'animation de personnages 3D. Elle a créé en 2010 une formation dédiée unique en France.

Layoutman, animateur crowd, animateur de quadrupède... Ces métiers de l'animation 3D restent méconnus alors qu'ils apportent une forte valeur ajoutée au cinéma d'animation. Leur rôle? Mettre en mouvement les personnages, leur donner un jeu d'acteur et des expressions. Leur confier une âme, en quelque sorte. Pour remédier au manque de professionnels dans cette spécialité, l'École des Gobelins, en partenariat avec la Cité de l'image en mouvement d'Annecy (Citia), a créé en 2010 une formation pleinement dédiée à l'animation 3D.

Une formation de neuf mois à Annecy

«Pour fabriquer un film d'animation, animer un personnage est la phase qui nécessite le plus de main d'œuvre qualifiée. C'est un savoir-faire très recherché par les studios d'animation, qui peinent à former leurs équipes dans le cadre d'un projet d'animation en 3D», a tenu à rappeler Moïra Marguin, responsable du département cinéma d'animation aux Gobelins, lors d'une conférence ce mardi. Cette formation se tient à Annecy et coûte 8500€. Elle dure neuf mois, dont trois mois de stage en entreprise. Parmi les matières proposées, enseignées en français et en anglais par des professionnels internationaux: l'acting (jeu d'acteur), le body mechanics (mécanique du corps) ou encore la gravité et la masse dans le mouvement des personnages.

Pour être admis, les candidats doivent avoir un niveau bac +2 et/ou au moins deux ans d'expérience professionnelle dans les domaines de la 2D ou 3D. Autres prérequis: maîtriser l'anglais ainsi que le logiciel Maya, utilisé lors du test de sélection. Ce test comporte une épreuve technique d'une durée de huit heures qui peut se dérouler à distance par webcam. Le candidat doit réaliser une séquence de huit secondes à partir de personnages 3D imposés. Cette épreuve est complétée par un entretien de motivation.

Film d'animation : le directeur du studio Mac Guff conseille aux jeunes d'y aller au culot



CONSEILS DE COACH - Rodolphe Chabrier est le cofondateur de Mac Guff, studio français spécialisé dans l'animation 3D. Voici ses conseils, recueillis au festival d'Annecy, pour se faire une place dans le secteur.

Rodolphe Chabrier est le coach idéal en matière de cinéma d'animation. Il est en effet le co-fondateur du célèbre studio Mac Guff, créée à Paris en 1988. D'abord spécialisé en effets spéciaux, leur premier succès est le merveilleux *Azur et Azmar* de Michel Ocelot en 2006. Tout s'accélère ensuite avec la rencontre de l'Américain Chris Meledandri auteur de *L'âge de glace*. Fondateur du studio Illumination chez Universal. Il décide de faire travailler le studio Mac Guff... de Paris. Un bon choix, puisque coréalisé par Pierre Coffin, *Moi moche et méchant* (2010) connu un succès international. En 2011, la partie animation de Mac Guff est cédée à Universal, pour devenir Illumination Mac Guff (*Le Lorax*, *Les Minions*). Le studio Mac Guff continue de faire des effets spéciaux pour le dessin animé, le cinéma (*Django* en 2017) mais aussi des documentaires et de la publicité.



Le succès international de *Moi moche et Méchant* avait propulsé le studio Mac Guff dans les sommets.

1. Se spécialiser en cherchant ses points forts

Il vaut mieux mettre à profit ses points forts plutôt que de chercher à tout faire. Autrement dit,

vous spécialiser dans ce que vous faites de mieux. C'est d'autant plus important si vous envisagez d'intégrer un très grand studio. Les métiers y sont généralement plus compartimentés, la structure des équipes y est plus rigide. Dans les petites structures, en revanche, il vous sera plus facile de passer d'un métier à un autre et donc d'être plus polyvalent.

«Les étudiants au profil scientifique ou technique qui n'ont pas forcément une culture artistique y ont toute leur place» Rodolphe Chabrier, cofondateur de Mac Guff

2. Se renseigner sur les métiers méconnus

Aujourd'hui, la plupart des studios d'animation manquent cruellement de profils ultra-techniques. Les étudiants ne s'y dirigent pas par méconnaissance de ces métiers ou simplement parce qu'ils ne semblent pas attrayants. Difficile, par exemple, de trouver des profils de «technical director», chargés de faire le lien entre l'art et la technique. Ou alors des compétences en «rigging» (le fait de doter un personnage ou un objet d'un squelette). Autant dire que ces profils sont des perles rares. Les étudiants au profil scientifique ou technique, qui n'ont pas forcément une culture artistique, y ont donc toute leur place.

3. S'intéresser aux innovations numériques

Les jeunes doivent s'intéresser aux évolutions technologiques, en particulier aux images créées par l'intelligence artificielle et le «deep learning» (apprentissage autonome d'un ordinateur). Chez Mac Guff, nous anticipons ces évolutions technologiques et avons créé Small, un département dédié à la recherche dans la réalité augmentée. Enfin, je recommande aux étudiants d'apprendre sans cesse par eux-mêmes, pendant et après leurs études, en se testant sur des logiciels de création ou en regardant des tutoriels sur Internet.

4. Il faut y aller au culot, montrer votre personnalité et votre passion

Les étudiants ne doivent pas s'auto-censurer. C'est une erreur de ne pas postuler dans une entreprise sous prétexte que l'on n'a pas fait les bonnes écoles ni obtenu les bons diplômes. Il faut y aller au culot, montrer votre personnalité et votre passion. Par passion, je ne parle pas de rêve artistique mais de motivation, de force de travail. Montrez cette passion. Montrez que vous serez un bon élément, capable de booster les équipes et de rester efficace sur un projet. Le reste se jouera naturellement. De fait, le salaire peut vite évoluer en début de carrière pour s'établir entre 4000 et 5000€ par mois pour les postes les plus recherchés après plusieurs années.

Un studio de dessin animé crée une école gratuite dans la Drôme

Par Jean-Marc De Jaeger • Publié le 15/06/2017 à 21:07 • Mis à jour le 16/06/2017 à 10:26



TeamTo va ouvrir l'École Cartoucherie animation solidaire (Écas) à Bourg-lès-Valence. Gratuite, accessible sans condition de diplôme, elle formera les futurs animateurs 3D en six mois.

Une école gratuite et accessible dès 18 ans sans condition de diplôme. C'est le pari lancé par Guillaume Hellouin, le fondateur et président du studio d'animation [TeamTo](#). Il a annoncé en exclusivité mardi lors du festival d'Annecy la création de l'[École Cartoucherie animation solidaire \(Écas\)](#). Elle devrait ouvrir début 2018 à Bourg-lès-Valence (Drôme) dans La Cartoucherie, un ancien site industriel reconverti en pôle consacré à l'image animée.

Les premières promotions accueilleront 25 élèves. À terme, ce nombre sera doublé. Guillaume Hellouin l'assure, le rythme de formation sera intense, d'autant plus qu'elle durera seulement six mois. Une période divisée entre trois mois d'apprentissage des fondamentaux et trois mois de mise en situation. L'école sera ouverte six jours sur sept de 9h à 22h. L'Écas sera voisine de [La Poudrière](#), une école de cinéma d'animation



également créée par un studio, en l'occurrence Folimage.

La garantie d'une embauche après la formation

La sélection des élèves se fera en trois temps, en collaboration avec l'association [École de la Deuxième chance](#). Un test en ligne permettra,

tout d'abord, d'établir une première sélection de 100 candidats. Ces derniers passeront ensuite une deuxième série de tests plus complexes. Et 50 d'entre eux seront ensuite reçus pour un entretien de motivation. A l'issue de cette dernière étape, 25 candidats pourront intégrer la formation.

»Lire aussi-[Classement des meilleures écoles d'animation](#)

«L'entreprise a la capacité économique de recruter tous les élèves à l'issue de leur formation, a insisté Guillaume Hellouin. Ils seront libres de choisir une autre entreprise, mais nous ferons de notre mieux pour les maintenir chez TeamTo. Nous ferons bénéficier aux étudiants de notre réseau de collaborateurs et de confrères». Et d'ajouter que le studio envisage de recruter 90 nouveaux collaborateurs en 2017. Des postes qui s'ajouteront aux 400 répartis entre Paris, Bourg-lès-Valence, Los Angeles et Pékin.

Pour Guillaume Hellouin, l'objectif du projet Écas est double: favoriser la diversité des profils dans l'animation et répondre à la demande grandissante d'animateurs 3D dans les studios. «2500 postes d'animateurs 3D seront à pourvoir en France d'ici à 2020, estime-t-il. S'il existait 100 initiatives de ce genre, l'industrie ne manquerait pas de talents».

Le Mifa accueille les professionnels jusqu'au 17 juin

AUDIOVISUEL. Près de 660 exposants sont présents au Marché international du film d'animation, qui se déroule à Annecy jusqu'au 17 juin.

Le soleil était au rendez-vous de ce nouveau Marché international du film d'animation, après une édition très pluvieuse en 2016. En marge du Festival international du film d'animation, Annecy accueille 660 exposants, soit 17 % de plus qu'en 2016. Organisé par Citia – dirigé par Patrick Eveno et son délégué général Mickaël Marin –, le Mifa est le point de rencontre des professionnels de l'animation internationale, avec 73 pays représentés. Pas moins de 400 acheteurs et investisseurs sillonneront jusqu'au 16 juin les stands.



400 acheteurs et investisseurs de 73 pays sont présents au Mifa d'Annecy.

"Nous aurons enregistré une croissance de 40 % en trois ans", a rappelé Patrick Eveno à l'AFP. Comme chaque année, les majors et les studios d'animation viennent faire leurs emplettes et recruter les futures stars de leur production. Le Mifa a d'ailleurs dévoilé un nouveau concept, le Mifa Campus, un lieu

où se sont pressés de nombreux étudiants, français et étrangers, pour découvrir les attentes de leurs employeurs potentiels. Matt Roberts, recruteur de Walt Disney Animation Studios, a ainsi présenté la politique du groupe. Même succès pour les autres studios qui ont expliqué leurs besoins. Les Pa-

peteries Image Factory ont aussi permis au studio Caribara, originaire d'Annecy, d'annoncer le lancement d'une production pour Xilam Animation, "Paprïka" (12x7'). Enfin, Guillaume Hellouin, PDG et cofondateur du studio TeamTO, a annoncé la création de l'Ecas, l'école Cartoucherie animation solidaire. Elle ouvrira en 2018 et dispensera une formation gratuite en animation 3D d'une durée de six mois. Elle formera 25 étudiants la première année puis 50 la seconde. L'animation française va créer 2 500 emplois d'ici 2020, indique Le Film Français.



Annecy 2017 - Mac Guff est né de "l'envie d'en découdre avec l'image"



Date de publication : 15/06/2017 - 08:50

Les trois fondateurs de Mac Guff Ligne, Philippe Sonrier, Rodolphe Chabrier et Jacques Bled, se sont exceptionnellement réunis pour une conférence historique, leur permettant d'évoquer en images l'histoire de leur studio, mais aussi ses nouveaux développements.

"L'idée n'était pas tant de faire une célébration que de nous pencher sur l'histoire d'une société et de ceux qui l'ont créée, car cela nous raconte quelque chose sur l'ensemble du secteur de l'animation et des effets visuels", a introduit d'entrée de jeu René Broca.

Créé en 1986, Mac Guff Ligne est en effet le fruit d'une rencontre entre trois personnalités venues d'univers très différents, réunies par le plus grand des hasards sur les bancs d'une formation à la réalisation autour des nouvelles technologies. "Cela nous a permis concrètement de commencer à faire des images ensemble avec de premiers outils, notamment des palettes graphiques et en ayant recours aux fonds bleus", résume Philippe Sonrier. Un élan créatif, "une envie de découvrir et d'en découdre avec l'image" qui caractérise un certain "esprit Mac Guff". Depuis, souligne Philippe Sonrier, "des milliers de personnes sont passées ou collaborent encore avec nous. Elles nous ont beaucoup apporté et nous avons toujours essayé de leur communiquer cet élan pour qu'elles puissent s'exprimer".

Des débuts rudimentaires

Leur premier local sera une pièce de l'appartement de Rodolphe Chabrier à Saint-Ouen, dans lequel les trois hommes réunissent un premier parc informatique composé de PC dotés de 256 kilobits de mémoire vive. "On n'avait pas une idée très claire de ce que l'on voulait faire au départ", souligne Jacques Bled. Particulièrement rudimentaire, leur premier logiciel permet, non pas de créer de l'animation, mais de faire évoluer une caméra dans un univers en 3D.

Les premières images qu'ils sortent vont rapidement attirer l'attention de la presse et de créateurs comme Jean-Paul Goude, Philippe Starck ou encore Jean-Baptiste Mondino avec lequel ils vont faire un clip des Rita Mitsouko. Ils réalisent ensuite des publicités destinées à la salle. "Jacques Séguéla avait dit à l'époque que cette nouvelle technique permettait de faire baisser les coûts des films publicitaires. En fait, c'était le cas uniquement parce qu'on bossait jour et nuit comme des fous, pour montrer ce que l'on pouvait faire", se remémore en souriant Rodolphe Chabrier.

À l'époque, les outils étaient totalement inexistantes, aucun logiciel dédié n'ayant encore été créé.

Ce qui va obliger Mac Guff à mener des bricolages parfois insensés, développant ses propres solutions, notamment logicielles, les unes après les autres, situation qui a longtemps perduré au sein du studio.

Après la pub et les clips, la société commence à travailler pour la télévision en faisant des génériques d'émissions, comme celui de *La marche du siècle*. Elle signe ensuite avec Canal+ la réalisation de sa première série, qui sera *La vie des bêtes*, basée sur le principe d'une caméra subjective, le spectateur devant deviner de quel animal il s'agit. Une série teintée d'humour noir dont les décors sont signés Philippe Starck.

Leurs premiers pas sur grand écran

Cette époque d'activité généraliste se complète par une première incursion dans le cinéma. Ce sera une image incrustée dans un poste de télévision pour le film de Wim Wenders, *Jusqu'au bout du monde*. Mac Guff commence à croître et embauche ses premiers intermittents, mais l'écosystème change. Avec la première guerre du Golfe, le marché publicitaire se tarit. Une rencontre avec Cécile Babiolo permet au studio de travailler sur une série d'animation, produite par Ex Nihilo. *Les Xons* raconte l'histoire d'une tribu de squelettes aux formes monstrueuses et cocasses qui se font des farces au milieu des flammes de l'enfer. La série n'ira pas au delà du stade du pilote, mais offre à Mac Guff l'occasion de venir pour la première fois à Annecy.

Un nouveau cap est franchi avec le développement des effets spéciaux, passant notamment par un recours précurseur au morphing, qui sera, entre autres, utilisé dans un clip resté célèbre de Jean-Baptiste Mondino pour *L'ennemi dans la glace* d'Alain Chamfort. "C'est une époque durant laquelle on a pu se développer grâce à des partenariats réguliers avec des producteurs et des réalisateurs", rappelle Jacques Bled. "Cette connivence entre notre studio et des prescripteurs a été extrêmement importante. On n'était pas encore dans ce consumérisme permanent qui amène les producteurs à chercher constamment le prestataire le moins cher. C'est ce qui a fait que 30 ans après, nous sommes encore là". En 1997, Mac Guff réalise le générique du *Doberman* de Jan Kounen, ainsi que les effets spéciaux de nombreux plans. Une collaboration qui se poursuivra sur *Blueberry*, *l'expérience secrète*.

La création d'Illumination Mac Guff

L'arrivée de Pierre Coffin au sein de l'équipe permet d'envisager de passer à une nouvelle étape. Son talent d'animateur réunit les conditions nécessaires à la création d'un véritable studio d'animation. Vient l'époque de la série *Pat et Stan*, dont certains épisodes continuent toujours de faire des scores énormes sur internet. C'est aussi durant cette période qu'est réalisée *L'odyssée de l'espèce* de Jacques Malaterre. Ayant recours à de la Mocap, il signe l'arrivée de Mac Guff dans le documentaire.

Mais après la fabrication de *Chasseurs de dragons*, le studio se trouve face à une entropie. "On s'est rendu compte qu'il devenait difficile de tout tenir ensemble", résume Philippe Sonrier. C'est à ce moment que Universal, suite au succès de *Moi, moche et méchant*, propose de scinder la société en deux entités, l'une se consacrant uniquement à la fabrication de ses films. La naissance d'Illumination Mac Guff a lieu en 2011, Mac Guff "canal historique" continuant d'œuvrer sur d'autres projets en se centrant notamment sur les VFX, sans délaisser pour autant l'animation.

Mac Guff se lance dans la VR

"Notre mode de fonctionnement repose sur une constante empathie envers les réalisateurs, quitte à ce que ce soit compliqué économiquement", précise Rodolphe Chabrier. Un modèle qui peut compter également sur une R&D constante, même si Mac Guff Ligne utilise maintenant des logiciels du marché afin de ne pas pénaliser ses collaborateurs qui ne pourraient plus exporter leur savoir-faire.

Ayant déjà travaillé avec Michel Ocelot sur *Azur et Aznar*, *Les contes de la nuit* et *Kirikou et Les hommes et les femmes*, le studio œuvre à présent sur le nouveau film du cinéaste, *Dilili à Paris*, dont de premières images inédites ont été présentées à l'occasion de la conférence. Et la préproduction de *SamSam*, réalisé par Tanguy de Kermel, va être prochainement lancée. Mais le studio se projette encore plus loin dans l'avenir avec la création d'un département baptisé Small, entièrement dédié à la réalité virtuelle.

L'intervention des trois associés s'est conclue par une standing ovation surprise, orchestrée par Jacques Bled en faveur de René Broca et Christian Jacquemart, responsables éditoriaux des conférences Création et organisation de production depuis 2005 qui signent cette année leur

dernier cycle au **Mifa**. "Ils ont toujours eu vis-à-vis de notre profession une attitude d'une énorme bienveillance en menant une veille attentive et tendre."

Patrice Carré

© crédit photo : Patrice Carré



#ANNECY2017 : LES CHAÎNES JEUNESSES LAGARDÈRE ACTIVE SIGNENT QUATRE NOUVEAUX PROJETS D'ANIMATION

15 juin 2017 Actualité TV

Alors que Tiji, Gulli, et Canal J étaient déjà engagés sur 15 créations, quatre de plus viennent s'y ajouter. Aux côtés de producteurs français, ces chaînes cofinancent désormais les projets *La Famille Foutrac*, *Les 3 petits Ninjas*, *Titic se déchaîne*, ainsi que *Apollon et les drôles de petites bêtes*. Ces nouveautés fraîchement annoncées ont été signées en juin dernier. Par ailleurs, les trois chaînes d'animations révèlent les lauréats de la 16^{ème} édition des Espoirs de l'Animation.



Apollon et les drôles de petites bêtes est déjà en cours de production, mené par Method Animation (séries *Le Petit Prince*, ou *Iron man*) et Bidibul Productions (*Drôles de petites bêtes*, le film). Cette série 52x11' sera disponible sur Tiji. Les trois autres sont sous conventions de développement pour Gulli. La société de production Watch Next Media (*Oscar est en retard* - France Télévisions, *Moi, Elvis* - Canal+) s'occupera de *La famille Foutrac*. *Les 3 petits Ninjas* est produit avec eOne et FrogBox (*Pyjamasques* - France 5). Enfin, c'est CottonWood Media (*Ollie et Moon*) qui se charge de *Titic se déchaîne*.

Offrir des nouveautés au jeune public reste une priorité puisque " Tiji, Gulli et Canal J, offrent tous les ans plus de 11 000 heures d'exposition à l'animation française. Depuis plus de 30 ans, ce savoir-faire hexagonal apporte à nos chaînes une identité unique et une proximité exemplaire avec notre public." précise Caroline Cochaux, directrice déléguée du pôle TV France et international de Lagardère Active et présidente de Gulli. Elle ajoute "Nous sommes heureux que Gulli soit toujours la 1^{ère} chaîne de France auprès des 4-10 ans et la chaîne jeunesse préférée des parents et des enfants. Elle enregistre à elle seule près de 17 % de part d'audience sur les 4-10 ans en journée et 19.4 % en sortie d'école. Quant à l'audience de nos chaînes payantes, portée par l'élargissement de leur diffusion sur les FAI depuis l'année dernière, elle a bondi en 1 an de +155 % pour CANAL J sur les 4-14 ans et +86 % pour Tiji sur les 4-10 ans."

La Famille Foutrac adopte un ton humoristique et racontera les histoires loufoques d'une famille recomposée, décomposée et surtout dans tous ses états puisque aucun de ses membres n'est vraiment fait pour vivre avec les autres. Humains, canins, félins et même la petite sœur portion de fromage forment une vraie famille.

Les 3 petits Ninja est une sitcom cartoon qui exaltera les vertus de l'imagination, de la solidarité, de la serviabilité et de la fantaisie. Les héros travaillent dans un service de livraison qui livre n'importe quoi à n'importe qui, n'importe où, n'importe quand. Sans aucune contrainte de temps ni d'espace, les possibilités de leur passer commande sont littéralement sans limites.

Titic se déchaine suit le parcours d'un chien errant espiègle et maladroit qui est un jour avalé par une tondeuse à gazon. Il se retrouve sans avoir eu le temps de dire ouf au paradis des animaux de compagnie, un endroit spécial appelé "Anitopia". Accueilli par un groupe éclectique d'animaux qui ont eux aussi été "recyclés" Titic va rapidement s'intégrer à cette famille bizarre et attachante.

Apollon et les drôles de petites bêtes reprend l'univers d'Antoon Krings. C'est en arrivant dans le jardin des Drôles de Petites Bêtes, qu'Apollon le Grillon s'est trouvé une nouvelle famille. Et comme il sait combien une famille est importante, il a à cœur d'en préserver l'harmonie. Alors quand un problème fleurit au sein de la communauté, les Petites Bêtes peuvent toujours compter sur lui pour leur prêter main-forte.

En plus de l'annonce faite sur ces quatre projets d'animation, Tiji, Gulli et Canal J ont également révélé les lauréats de cette 16^{ème} édition **des Espoirs de l'Animation**. Les élèves des six écoles d'animation ont eu un mois pour réaliser un court métrage d'1 minute adapté à la ligne éditoriale de la chaîne choisie et du public auquel ils souhaitaient s'adresser. Le thème imposé était "Génération connectée : les enfants du numériques". L'Espoir du jury a été primé en fonction des critères applicables à toute production d'animation (affinité avec le public visé, qualité du graphisme, de l'écriture, de la bande son...). Le jury était composé de Sophie Cheynet, chargée de mission animation au CNC, de David Michel, président de Cottonwood Media, membre du SPFA, de Jean-Philippe Robin, administrateur Délégué à l'animation de la SACD, de Caroline Cochaux, directrice déléguée du Pôle TV de Lagardère Active France & International, et de Caroline Mestik, directrice des programmes et des antennes des chaînes jeunesse et famille de Lagardère Active. L'Espoir du public, quant à lui, a été choisi par les enfants sur les sites internet de Tiji, Gulli, Canal J.

L'Espoir du Jury professionnel a été décerné à *Smart cochon*, de Adeline Faye, de l'école La Poudrière.

Les Espoirs du public ont été attribués à trois projets. Le premier revient à *Interférences*, réalisé par Kevin Lagrue, Clémentine Lecluse, Marion Legier, Jason Megrelis, et Arthur Valter. Tous viennent de l'école Supinfocom Rubika. Originaires de la même école, Natasha Pianetti, Clémence Ottevaere, Geoffroy Collin, Hugo Valdellevre-rattier, Romain Gilliot et Quentin Coniglio ont reçu un Espoir pour *Ano*. A égalité, le troisième prix revient à *Tidilli !*, de Hugo Glavier, Rodrigo Goulao de Sousa, Lazare Aibout-Sibille et Julie Rrenouvel de l'Estienne.

Le palmarès sera diffusé dimanche 18 juin à 19h55 sur Canal J et à 20h30 sur Gulli et Tiji. Les réalisations seront également à regarder sur les sites des chaînes ainsi que sur le site [Les Espoirs de l'Animation](#).

Estelle Lautrou

Recherche...

CINÉMA

ANNECY 2017 - QUELLE STRATÉGIE ADOPTER POUR RÉUSSIR À PERCER EN CHINE ?



CINÉMA

Annecy 2017 - Quelle stratégie adopter pour réussir à percer en Chine ?

Date de publication : 16/06/2017 - 08:45

Le pays mis à l'honneur cette année attire les regards et attise de nombreuses convoitises en raison de l'énormité de son marché en pleine expansion. Mais travailler avec la Chine ne s'improvise pas, certaines erreurs de base étant parfois difficile à rattraper.

La Chine n'a pas seulement envoyé une importante délégation officielle à Annecy, le rez-de-chaussée du Mifa donnant l'illusion aux visiteurs de pénétrer en plein cœur du pays. Une cinquantaine de sociétés ont en effet fait le déplacement, envoyant un contingent de près de 150 personnes. Mais si les Chinois revendiquent ouvertement leur besoin d'expertise auprès des Européens et notamment des Français, collaborer à long terme sur des projets peut s'apparenter au parcours du combattant pour les producteurs néophytes.

Consultante audiovisuelle spécialisée sur le marché franco-chinois, Chloé Rui Guo a fondé sa société Chloe G. Culture afin de répondre à des besoins précis en termes de recherche de partenaires et de financements, proposant aussi bien d'accompagner les Français en Chine que les Chinois en France. Parfaitement à l'aise avec les deux cultures, la jeune femme estime que les Français sous-estiment parfois les différences culturelles. Lors de premiers voyages professionnels en Chine pour rencontrer physiquement des partenaires, échanges de cadeaux et soirées interminables au restaurant sont la règle, aborder frontalement et trop rapidement les affaires en cours étant le meilleur moyen de froisser ses hôtes chinois. Difficile à comprendre pour des Français qui entendent arriver le plus rapidement possible au but qu'ils se sont fixés, alors que, pour les Chinois, la constitution du réseau passe avant toute autre considération.

Un Focus Territory consacré à la Chine a tenté de faire le point sur le sujet en mettant l'accent sur quelques clés indispensables pour pénétrer ce marché. La table ronde réunissait deux représentantes de DreamWorks Oriental, Melissa Cobb et Peilin Chou, aux côtés de Gary Wang, réalisateur de *Tea Pets* – présenté hors compétition – et fondateur de Light Chaser Animation Studios, et de Chao Wu, enseignante à l'Université des études étrangères de Guangdong.

"Coproduire avec la Chine suppose avant tout une collaboration

qui passe par des échanges à tous niveaux", a souligné d'entrée de jeu Melissa Cobb qui a supervisé la production de *Kung Fu Panda 3*. Pour DreamWorks Oriental, l'enjeu principal était d'arriver à inventer une histoire susceptible de toucher de larges pans du public chinois, tout en conservant l'universalité de son récit, sans oublier le passage obligé sous les fourches caudines de la censure. L'animation a même été doublée, notamment pour respecter les grandes différences labiales entre le mandarin et l'anglais. Un pari réussi puisque le film est devenu "le plus gros succès de l'histoire du cinéma d'animation en Chine", comme le titrait *The Hollywood Reporter*. Un accès direct au public chinois "encourageant pour la suite, car riche d'enseignement", précise Melissa Cobb.

Mais si un studio comme DreamWorks est capable d'engager de gros moyens, tant humains que financiers pour arriver à ses fins, il n'en est pas de même pour les producteurs indépendants, d'autant que le marché domestique chinois est difficile à pénétrer. Dans le monde bien spécifique de la réalité virtuelle, la Chine fait figure d'Eldorado avec ses 6 000 salles VR déjà déployées dans le pays. Mais la plupart appartiennent à des clubs de karaoké locaux qui acceptent difficilement de programmer des contenus étrangers. Et même si la fréquentation explose, tandis que le nombre de multiplexes ne cesse de croître, le système des quotas limite l'accès aux salles des films étrangers.

Mais la puissance de ce marché domestique s'avère également être un piège car elle n'incite pas les producteurs et les réalisateurs chinois à se soucier des spécificités du marché international, voire même à s'y intéresser. "Trouver les fonds pour un budget de 12 M\$ se fait sans aucun problème sur le seul territoire chinois", souligne Gary Wang qui a monté de toute pièce son studio Light Chaser sans avoir aucun background dans l'animation, en s'inspirant notamment du parcours de Chris Meledandri. "Nous n'avons pas besoin d'entrer en compétition sur le marché international avec des studios comme Pixar, DreamWorks ou Disney. Et c'est dommage car cela aurait sans

aucun doute des effets stimulants pour la créativité de notre industrie."

Les coproductions se montant sur l'animation entre partenaires chinois et étrangers reposent beaucoup sur un apport en expertise des occidentaux, la partie chinoise ayant souvent la possibilité de lever des fonds conséquents. "Lorsqu'on dirige des équipes mixtes comme j'ai pu le faire, commente Peilin Chou de DreamWorks, on constate que les Chinois ont une énorme capacité d'apprentissage. Ils apprennent très vite et comprennent rapidement les complexités de systèmes qui les sortent de leurs habitudes de travail." Car la plupart du temps les équipes et notamment d'animateurs sont particulièrement jeunes. La moyenne d'âge au sein de Light Chaser est ainsi de 27 ans. Mais l'expertise occidentale sera d'autant mieux acceptée si elle est portée par des interlocuteurs parlant couramment chinois. "Pour moi c'est le minimum, ne serait-ce que pour avoir de vrais échanges artistiques, insiste Gary Wang. Sinon c'est beaucoup plus difficile."



ANIMATION

19 projets d'animation pour les chaînes jeunesse et famille de Lagardère Active

A l'occasion du **MIFA** (Marché International du Film d'Animation) d'Annecy, les chaînes jeunesse et famille de **Lagardère Active** (Gulli, Canal J et Tiji) ont dévoilé les nouvelles séries animées qu'elles cofinancent aux côtés des producteurs français. Au total, le groupe est engagé sur 19 projets d'animation dont quatre nouveautés signées depuis juin dernier, trois pour Gulli et la dernière pour Tiji :



- **La famille Foutrac** (photo 1) avec Watch Next Media, une série pleine d'humour au sujet d'une famille recomposée où se mêlent les enfants, un chien, une souris, un chat et un petit fromage...

- **Les 3 Petits Ninjas** (photo 2) avec eOne et FrogBox qui relate les aventures d'une entreprise de livraison qui livre n'importe quoi n'importe où, à n'importe qui, n'importe quand...

- **Titic se déchaine**, avec CottonWood Media, une série d'animation loufoque qui raconte l'histoire d'un chien avalé par une tondeuse à gazon et qui se retrouve, en bonne compagnie, au paradis des animaux...

- **Apollon et les drôles de bêtes** (52x11') permet, grâce à Method Animation, de retrouver l'univers d'Antoon Krings, adapté par l'auteur lui-même, avec les aventures d'Apollon le Grillon toujours prêt à aider les Petites Bêtes et à préserver l'harmonie du jardin...



Caroline Cochaux, Directrice Déléguée du Pôle TV France et International de Lagardère Active et Présidente de Gulli, a précisé lors de la conférence des chaînes jeunesse que **Gulli** enregistre à elle seule près de 17% de part d'audience sur les 4-10 ans en journée et 19,4% en sortie d'école et que l'audience des chaînes payantes du groupe, portée par l'élargissement de leur diffusion sur les FAI depuis l'année dernière (ActuKids n°2776), a bondi en 1 an de +155% pour **Canal J** sur les 4-14 ans et +86% pour **Tiji** sur les 4-10 ans. "Nous avons souhaité faire évoluer notre convention avec le CSA et notre partenariat historique avec le Syndicat des producteurs français d'animation (SPFA) en rehaussant notre contribution à la production d'œuvres télévisuelles d'animation d'expression originale française indépendante de 6 à 10% de nos chiffres d'affaires à compter de

2016. Dans le même temps, nous avons pris l'engagement d'investir dans le secteur 22MC jusqu'en 2018", a-t-elle également annoncé.

La conférence a aussi été l'occasion d'annoncer le **palmarès des Espoirs de l'Animation**.

Pour cette 16ème édition, l'Espoir du Jury professionnel a été décerné à **Smart cochon**, de l'école La Poudrière, qui raconte ce qui se passe quand un cochon avale un smartphone. Les espoirs du public ont été décernés :

- pour Canal J à **Interférences** (école Supinfocom Rubika), qui raconte l'histoire d'un garçon d'une dizaine d'années passionné par les jeux vidéo, qui voit son personnage préféré débarquer dans la vie réelle ;
- pour Tiji à **Tidili !** (école Estienne), qui montre l'émoi des animaux de la savane qui ont reçu un colis ;
- pour Gulli à **Ano** (Supinfocom Rubika), qui explique ce qui se passe quand un astronaute perd son téléphone dans l'espace et que l'appareil atterrit sur une planète lointaine et inconnue...

Le palmarès sera diffusé dimanche 18 juin sur Canal J, Gulli et Tiji ainsi que sur Tiji.fr, Gulli.fr, Canalj.fr et sur Lesespoirsdelanimation.fr.



[Haut de page ^](#)

LES STUDIOS FONT LEUR MARCHÉ

Par Françoise Lafuma

PLUS INTERNATIONAL QUE JAMAIS, L'ÉVÉNEMENT PROFESSIONNEL ANNÉCIEN DU FILM D'ANIMATION, LE MIFA, DEVRAIT CETTE ANNÉE ENCORE CONNAÎTRE UNE AFFLUENCE RECORD.

Le Marché international du film d'animation (MIFA) n'a jamais autant mérité son nom. Si l'anglais s'y est imposé comme la langue des affaires, on y parle beaucoup espagnol, portugais, chinois et, bien sûr, français.

Au fil des stands des 660 exposants réunis pour l'édition 2017, on y découvre les productions de 73 pays, avec la Chine au centre, comme invitée d'honneur. Les négociations s'y sont faites partout dans les salons et salles de réception de l'Impérial, qui n'a pas désempli jusqu'à la nuit. Les soirées organisées à l'occasion de la sortie d'un film, ou par un grand studio en quête de visibilité, ont attiré les visiteurs comme des lucioles.

PLUS 17 % D'EXPOSANTS

Une ambiance de ruche laborieuse, à la fois détendue et studieuse, s'est très vite imposée dans les allées du salon comme dans celles du parc, en dépit du beau soleil estival.

Le MIFA 2017 a accueilli 17 % d'exposants en plus par rapport à l'an dernier, enregistrant un nouveau record de participation. Côté business, plus de 400 acheteurs et investisseurs viennent y signer des contrats, engageant la réalisation de productions pour quelques mois ou

plusieurs années.

Pour faire face à cet essor, dans un espace qui devient exigu tant il est bondé à certaines heures, les organisateurs – c'est-à-dire la Cité de l'image en mouvement d'Annecy (Citia), sous la direction de Patrick Eveno et du délégué général Mickaël Marin – ont choisi d'augmenter la surface de 1 000 mètres carrés en y ajoutant un étage. Mais le vase est bientôt plein pour cet événement économique qui rencontre un succès exponentiel.

« Nous aurons enregistré une croissance de 40 % en trois ans », a rappelé Patrick Eveno, lors de la journée inaugurale. À ce propos, le président du Festival, Dominique Puthod, a lui relevé que cette croissance, qui s'auto-alimente depuis plusieurs années, pose de façon aiguë la question des infrastructures, et notamment celle de l'outil d'exposition actuellement disponible. Il a souligné l'enjeu que représente le projet inscrit dans le cadre du contrat de plan

État-Région : il passerait par la création d'une nouvelle salle de projection aux Haras, en plus de l'espace d'exposition consacré au cinéma d'animation. « Il s'agit d'accompagner correctement la croissance » a-t-il encore estimé.

RÉSEAUTAGE

Moment d'échange privilégié, une rencontre informelle a réuni les studios rhônalpins, dont les Haut-Savoyards, In The Box, les Indiscrets, Emotive Muzik, SpaceSheep ou encore

CG-Animation.

Ils sont venus réseauter et prendre le pouls des offres faites par Pôle emploi. Une agence spécialisée dénommée Scènes et Images, basée à Lyon, permet en effet aux entreprises de bénéficier d'un service sur-mesure avec un conseiller.

EN QUÊTE DE TALENTS

À Annecy, les studios ont pris l'habitude de faire leur marché également en termes de recrutement.

Un nouveau concept a été lancé cette année, le MIFA Campus, où se sont pressés des jeunes venus du monde entier pour connaître les attentes des prestigieux studios internationaux, tels que Disney Animation Studios, comme de studios de moindre envergure mais tout aussi attractifs pour les talents à venir. Tous ont dévoilé à un public attentif leurs trucs pour bien construire un dossier de candidature.

Un peu partout, l'agglomération annécienne a accueilli durant la semaine des rencontres entre professionnels, notamment aux Papeteries Image Factory, siège de plusieurs PME de la filière des industries créatives. Parmi elles, le studio Caribara, basé à Paris et à Annecy. Implanté depuis janvier dans des locaux agrandis, il en a fait les honneurs à ses clients, ainsi qu'aux réalisateurs et diffuseurs.

UN PARTENARIAT AVEC LA CORÉE DU SUD

La journée du 13 juin a été marquée par la création de The Annecy International Animated Film Festival, à Séoul, qui va permettre à



Annecy de déployer sa marque à l'international. Citia a signé une convention de partenariat avec les Coréens SBA Animation Center et SK Broadband afin de créer un nouveau festival du film d'animation en Corée du Sud. La première édition se déroulera en septembre 2019. Le lancement de ce nouvel événement se déroulera au Digital Media City, dédié aux nouvelles technologies numériques sur plus de 570 000 m².

« Avec ce partenariat, nous nous engageons mutuellement à unir nos

compétences. C'est une belle opportunité de faire rayonner la marque Annecy à l'étranger. », s'est réjoui Mickaël Marin, délégué général de Citia.

Ce partenariat devrait permettre à la Corée du Sud de structurer une filière en plein essor et de se déployer sur le marché mondial en favorisant l'exportation des productions locales. ■



Le Festival d'Annecy s'exporte à Hollywood et en Corée



Annecy crée une édition coréenne de son festival d'animation et va contribuer au lancement d'un événement similaire à Los Angeles.

« Annecy goes to Hollywood ! » C'est ce que l'on serait tenté de s'exclamer à l'annonce, vendredi 16 juin, de la création d'un festival du film d'animation à Los Angeles par Citia, organisateur du Festival d'Annecy, le distributeur américain Gkids et le magazine spécialisé Variety.

L'événement, intitulé « Animation is Film », se déroulera dans le temple du 7^e art hollywoodien, le Mann's Chinese Theater (rebaptisé TCL Chine Theater depuis 2013), salle de cinéma devant laquelle le trottoir porte les empreintes de mains et de pieds des plus grandes vedettes hollywoodiennes.

Mêmes principes que le Festival d'Annecy

La première édition se déroulera sur trois jours, du 20 au 22 octobre prochains, avec la présentation de vingt programmes comprenant des longs-métrages en compétition, des projections spéciales, des rétrospectives et des programmes de courts-métrages.

« Animation is Film » doit reprendre les mêmes principes qui ont fait le succès du Festival d'Annecy : sélectionner la crème du cinéma d'animation mondiale, des films familiaux mais aussi pour les adultes, montrer la diversité et la richesse créative de l'animation, soutenir les œuvres réalisées par des femmes. Marcel Jean, délégué artistique du festival d'Annecy, confirme qu'il participera à la programmation de cette nouvelle fête du cinéma d'animation, reprenant sans doute certains films d'Annecy.

À lire : L'histoire mouvementée du cinéma d'animation français

C'est Gkids, organisateur d'un autre festival à New York en mars, qui a contacté le Festival d'Annecy il y a quelques mois. « C'est très flatteur pour nous car c'est une reconnaissance de notre travail, se réjouit Patrick Eveno, directeur de Citia. Nous sommes connus et reconnus des grands studios, mais cela va nous permettre de travailler avec d'autres. »

Pas de risque de concurrence

Patrick Eveno ne craint pas de « cannibaliser » le festival français car, de par la date de

l'événement hollywoodien, il n'y a logiquement pas de risque de voir des films échapper à Annecy au profit de « Animation is Film ».

Pour Gkids, qui distribue beaucoup de films d'animation d'auteurs européens et japonais, ce festival présente un intérêt particulier pour la promotion de ses œuvres, notamment dans la perspective de la course aux Oscars dont les sélections se font en fin d'année.

Si ce festival présente un intérêt pour Citia en termes de notoriété, il ne fait pas l'objet d'un accord financier à la différence de l'autre partenariat annoncé cette semaine.

Annecy Asia Festival

Mardi 14 juin, un deuxième contrat d'association a en effet été signé entre Citia, organisateur de l'événement dans la cité lacustre, le Seoul Animation Center et l'opérateur coréen de téléphonie SK Broadband, afin de créer le « Annecy Asia Festival ».

Celui-ci doit se tenir à Séoul en septembre 2019 et pourrait reprendre une partie de la sélection du festival français. Mais un marché du film est exclu, Citia craignant de nuire au développement de celui qui prospère à Annecy.

Dossier spécial sur Festival d'Annecy 2017
Stéphane Dreyfus (à Annecy)



#ANNECY2017 : FRANCE TV DISTRIBUTION VEND LA SÉRIE "DIMITRI" À LA CHINE

16 juin 2017 Actualité Digital, Actualité TV

La série d'animation en stop motion *Dimitri*, créée par Agnès Lecreux et Jean-François Le Corre, produite par la société de production rennaise *Vivement Lundi !*, a été vendue en Chine par France TV Distribution.



C'est le groupe Jetsen / Huashi TV qui a acquis les droits SVOD de la série. Notons que *Dimitri* avait déjà été remarquée en Chine en 2015 lorsqu'elle avait reçu le Prix de la meilleure série d'animation de la compétition internationale du 8e International Animation Festival Cyber Sousa de Xiamen.

La série raconte la découverte de l'Afrique par Dimitri, un petit oiseau européen perdu dans la savane un jour de tempête. Cette série en stop motion, destinée aux enfants de 3 à 6 ans, est produite par *Vivement Lundi !* (Rennes) en coproduction avec *Beast Animation* (Belgique) et *Nadasdy Film* (Suisse), avec la participation de France Télévisions, de VRT Ketnet et de la RTS.

La série *Dimitri*, qui a été diffusée pour la première fois sur France 5 dans le programme "Zouzous" au printemps 2014, a été exportée dans une vingtaine de pays. Le programme *Bon voyage, Dimitri !* distribué en salles par *Follimage Distribution* a passé les 110.000 entrées.

Après une première saison déclinée en 26 x 5' et un spécial de 26', une deuxième saison - comprenant 24 épisodes de 5' ainsi qu'un épisode de 13' - est actuellement en cours de tournage à Rennes.

Olivier du Jaunet



#ANNECY2017 : UN NOUVEAU FESTIVAL D'ANIMATION AUX ETATS-UNIS

16 juin 2017 Actualité Ciné

AnneCY suscite bien des vocations. Après l'annonce de la création du AnneCY Asia International Animated Film Festival (Séoul, Corée du Sud), c'est au tour d'une grande ville américaine de lancer son festival de cinéma d'animation. Cette initiative a été prise par Gkids, en partenariat avec le Festival international du film d'animation d'AnneCY et Variety.



Los Angeles accueillera donc pour la première fois l'Animation Is Film du 20 au 22 octobre prochain au TCL Chinese 6 Theater à Hollywood (Théâtre chinois de Mann). La programmation comprendra des longs métrages en compétition, des projections spéciales, des rétrospectives ainsi que des programmes de courts métrages.

Gkid, producteur et distributeur d'animation basé à New-York, société nommée neuf fois pour l'Oscar du meilleur film d'animation, a participé au lancement de cet initiative. Son fondateur et PDG, Eric Beckman, explique : "Créer un festival de cinéma aux États-Unis qui reconnaisse les plus hautes aspirations de l'animation comme étant une forme d'art cinématographique est un rêve de longue date pour GKids Nous sommes très heureux de nous être associés à AnneCY et Variety pour lancer Animation Is Film et apporter des réalisations animées exceptionnelles du monde entier au public de Los Angeles, la capitale mondiale du cinéma. Nous sommes impatients de travailler avec un groupe grandissant de partenaires et de supporters pour faire évoluer le festival dans les années à venir".

Animation Is film a pour objectif de combler une lacune dans le marché des Etats-Unis en créant un festival d'animation de classe mondiale au même titre que les événements majeurs en Europe et en Asie. Au cœur d'Hollywood, le Festival compte se faire fervent défenseurs des réalisateurs qui poussent les limites de leur art concernant l'animation.

Patrick Eveno, directeur de CITIA, société qui organise le festival d'AnneCY, a déclaré : "Le Festival et le Marché international du film d'animation d'AnneCY sont heureux de travailler avec Variety et GKids pour créer Animation Is Film. Ce nouvel événement est une merveilleuse occasion de faire rayonner l'animation et toute sa diversité au cœur d'Hollywood, et c'est une étape très importante dans notre stratégie d'expansion à l'étranger. Après AnneCY Goes to Cannes et la création de The AnneCY Asia International Animated Film Festival à Séoul, ce festival est une autre occasion de promouvoir des films et des artistes du monde entier auprès d'un public toujours plus vaste."

La mission du Festival est de présenter à travers le monde une vitrine annuelle, extrêmement sélective, des meilleures œuvres animées récentes, avec des programmes pour adultes mais aussi pour toute la famille ; soutenir et encourager les réalisateurs qui se servent de l'animation pour poursuivre des perceptions cinématographiques uniques et qui ne sont pas contraints par des notions traditionnelles de ce dont l'animation est capable ; soutenir et encourager les femmes réalisatrices ; soutenir et encourager des réalisateurs issus d'une grande diversité de contextes culturels, économiques, nationaux et géographiques ; encourager la communication, la compréhension et la positivité dans le monde.

Le comité organisationnel du festival inclut Eric Beckman (fondateur et PDG, GKIDS, cofondateur, New York Int'l Children's Film Festival), Patrick Eveno (directeur, Citia, Festival international du film d'animation d'Annecy), Mickaël Marin (délégué général Citia, délégué Développement économique et Mifa), Marcel Jean (délégué artistique, Festival international du film d'animation d'Annecy), Michelle Sobrino-Stearns (éditrice, Variety), Steven Gaydos (rédacteur en chef, Variety), Peter Debruge (critique cinématographique en chef, Variety) ainsi que Fumi Kitahara (président de la publicité, Women in Animation).

"Nous sommes honorés de nous associer à GKids et Annecy pour apporter le meilleur du cinéma d'animation à Los Angeles à travers le lancement d'Animation is Film", déclare l'éditrice et directrice de Variety Group, Michelle Sobrino-Stearns. "Le festival sera un défenseur de l'excellence dans l'animation, un événement passionnant pour le public, un ajout significatif dans le paysage culturel de Los Angeles."

Estelle Lautrou



France Télévisions : les développements et productions en cours en animation

Comme chaque année, France TV a profité du Mifa d'Annecy pour présenter aux producteurs et aux journalistes ses nouveaux engagements dans l'animation et son « line up » de séries en production. Le groupe a aussi signé ses premières coproductions, autorisées depuis l'accord conclu en avril avec le SPFA : elles marqueront la renaissance de *Petit ours brun* et de *Martin Matin*.

« Il y a des discours plus difficiles à faire », a reconnu **Xavier Couture**, dg délégué en charge de la stratégie et des programmes de **France Télévisions**, en ouverture de la traditionnelle conférence du groupe au **Mifa d'Annecy**, la plus courue par les producteurs français. L'exercice est, en effet, particulièrement aisé pour le groupe public, partenaire privilégié de la filière de l'animation, un secteur très dynamique – et « l'un des plus représentatifs [du] génie créatif [français] », selon lui – avec qui France Télévisions a, de plus, conclu un nouvel accord sur ses engagements.

L'entreprise va ainsi passer d'un investissement de 29 millions d'euros en 2016 à 60 M€ sur la période 2017-2018, puis 64 M€ sur 2019-2020 (notre édition du 4 avril). Soit **7 % d'augmentation**, a rappelé Xavier Couture, soulignant que tous les genres de programmes ne pouvaient se prévaloir d'une telle hausse des investissements.

France Télévisions bénéficie d'un « **alignement favorable des planètes** » en linéaire et sur le numérique, a aussi souligné **Tiphaine de Ragueneil**, directrice des activités jeunesse du groupe et directrice exécutive de **France 4**. Alignement porté par le succès de France 4, devenue « référente pour les enfants ». La chaîne, dont l'audience en journée a progressé de 40 %, est aussi leader en sortie d'école avec 17 % de pda sur les moins de 15 ans.

Le « rôle spécifique » de France 4

France 4 joue également « un **rôle spécifique pour l'exposition de la création française**, notamment originale », avec aussi la capacité d'aller vers d'autres genres, dans une logique familiale, en prime time, comme avec la série documentaire ***Si j'étais un animal*** (Xilam), « bientôt diffusée », ou le divertissement ***Seuls à la maison*** (Med&Co), lancé en 2016, a-t-elle ajouté.

La chaîne va aussi prochainement proposer une **nouvelle version des Minikeums** (ALP), marionnettes qui « incarneront des personnages que les enfants connaissent bien ». Et proposera en access, côté animation familiale, les séries courtes ***La science des soucis*** (39 x 5', Vivement Lundi !) à partir de cet été et ***L'homme le plus petit du monde*** (Les Films de l'Arlequin, JPL Films, Can Can Club) à la rentrée, après un lancement cet été sur le numérique.

Tiphaine de Ragueneil a aussi souligné le succès des programmes et offres enfants sur le numérique – 50 % de la consommation en rattrapage du groupe, 1,1 milliard de vues tous supports – avec des **plates-formes Ludo et Zouzous** en progression d'audience de « 82 % sur un an » (web, applis, télévision connectée).

« 2016 est aussi sans conteste **l'année des Zouzous** », a-t-elle souligné. La case préscolaire a battu des **records sur France 5** sur la période janvier-avril avec 18,6 % de pda sur les 4-10 ans en semaine et 22 % le samedi. « Elle a progressé de 64 %

au premier trimestre ; on ne sait pas encore où ça va s'arrêter. »

Concernant **France 3**, Xavier Couture a assuré que **Ludo conservera sa case dans son intégralité en semaine** : « Il n'est pas question de la toucher », alors que le groupe peut renforcer son offre de programmes régionaux. En revanche, la **case du samedi va perdre une demi-heure**, a précisé Tiphaine de Ragueneil.

Petit ours brun et *Martin Matin*, premières coproductions de France Télévisions

Pour France Télévisions, qui a **financé 139 heures en 2016** avec un investissement se portant à 59 % dans la création originale, cette conférence du Mifa est aussi l'occasion de parler de ses **nouveaux engagements. Y compris en coproduction** : l'accord conclu avec le SPFA lui permet de détenir, sous conditions, des parts de coproduction dans deux séries d'animation au maximum chaque année dans le cadre de sa part dépendante (notre « Confidential » du 20 avril).

Le groupe va ainsi entrer en coproduction dans la suite de deux propriétés ayant fait déjà l'objet, il y a plusieurs années, d'une adaptation en série d'animation : la saison 2 de ***Petit ours brun*** (Bayard), relancée en animation 3D, et la 3 de ***Martin Matin*** (Les Cartooners), série que France Télévisions avait coproduite à l'époque où ça lui était encore autorisé, a annoncé Tiphaine de Ragueneil à *Satellifax*, en marge de la conférence. Les coproductions concerneront « plutôt des propriétés sur lesquels on pense qu'il y a un potentiel important en distribution ou en diversification en produit dérivés », a-t-elle précisé.

Au global, France Télévisions a « **84 productions en cours** ».

Zouzous : trois nouveaux développements

Dans le domaine du préscolaire, **Pierre Siracusa**, directeur délégué à l'animation, a insisté sur « le **travail considérable réalisé ces dernières années** », qui a abouti à « une grosse évolution qualitative » et « une vraie évolution visuelle » et en termes d'écriture : « Il n'y a plus de réelle différence de "production value" avec les productions pour les "kids" », a-t-il considéré.

Pour Zouzous (France 5 et France 4), le groupe s'est engagé dans **douze nouvelles séries en 2016-2017**, dont **trois en développement**, toujours sur la ligne « Grandir en s'amusant » : ***Crayons*** (titre provisoire, 78 x 7', GHC&A), la **saison 3 de *Kiwis*** (52 x 5', Double Mètre Animation et XBO Films), « qui va encore plus loin sur l'apprentissage de la langue anglaise » sur un mode décalé, et la **3 de *Boris*** (26 x 7', Les Films de l'Arlequin), personnage qui grandit et va aller à l'école.

Parallèlement, la marque préscolaire a aussi plusieurs séries en production, dont ***Paprika*** (78 x 7'), première incursion de Xilam dans le préscolaire, ***Lilybuds*** (52 x 11', Zodiak Kids Studios), ***La famille Blaireau Renard*** (52 x 13', Dargaud Media,



Ellipsanime Productions) sur une famille recomposée, **La petite école d'Hélène** (52 x 7', Superprod), la websérie **Patamuse** (39 épisodes, Reaz), ainsi que les **saisons 2 de Mily Miss Questions** (52 x 7', Ciel de Paris), **César et Capucine** (52 x 7', Futurikon), **Pyjamasques** (52 x 11', Frog Box), **Yétili** (52 x 6', Darjeeling) et **Simon** (52 x 5', GO-N Productions), qui fait aussi déjà l'objet d'une commande d'une saison 3 (notre édition du 13 juin).

Hors Zouzous, mais pour France 5, Silex Films et Agat Films développent **Culottées** (30 x 3'), série courte d'après la BD de Pénélope Bagieu sur « des femmes qui ne font que ce qu'elles veulent », qui sera programmée entre les première et deuxième parties de soirée, comme l'a été **Pandas dans la brume** (Melting Productions).

Ludo : plus de dix projets sont en développement

Ludo (France 3, France 4), dont l'offre est centrée sur « la croissance et l'apprentissage de l'autonomie », « **se diversifie** » car les enfants de cette tranche d'âge « n'ont pas le même rythme » d'évolution, a expliqué Tiphaine de Ragueneil. La case proposera ainsi, notamment, de l'« **upper preschool** », comme avec **Nos voisins les pirates** (52 x 11', Cyber Group Studios), actuellement en production.

« Plus d'une trentaine de séries sont en cours de production ou de développement » pour Ludo, indique France Télévisions. Plus de dix projets sont en développement avec, pour les plus

récents, **Viking Skool** (Samka) et la série d'action-aventure **Dronix** (Technicolor) ainsi qu'une **nouvelle saison des As de la jungle** (TAT Productions) qui se positionnera comme une suite du long métrage attendu en salles le 26 juillet.

Par ailleurs, sont également en phase de développement **Super Bêtes** (78 x 7', 2 Minutes), **Chien pourri**, d'après les romans de Colas Gutman (78 x 7', Folivari, Dandeloo, Panique !), **Tobie** (52 x 13', Tant Mieux Prod), **Pipas & Douglas** (52 x 2', Studio Hari), **1001 Moyen-âges** (26 x 3'30, Les Films Jack Fébus).

France Télévisions développe aussi les trois spéciaux issus de l'appel à projets lancé au Mifa 2016 sur un « récit initiatique d'une héroïne contemporaine », destinées aux 6-10 ans et à la famille : **Moules-Frites** (26', Tant Mieux Prod), **La vie de château** (26', Films Grand Huit) et **Drôles d'oiseaux** (26', Camera Lucida).

Plus d'une dizaine de séries sont parallèlement en production, dont **Max & Maestro** (52 x 11', Monello Productions), le cartoon en rendu réaliste **Take It Easy Mike** (52 x 11', TeamTO), **Roger** (78 x 7', Je Suis Bien Content), **Taking Down Taffy** (78 x 7', Cyber Group Studios), **Super fastoch** (Autour de Minuit, Panique !), ainsi que les saisons 2 de la fiction hybride **Sept nains et moi** (26 x 26', Method Animation), de **Boule et Bill** (52 x 11', Dargaud Media, Ellipsanime), de **Zip Zip** (52 x 11', GO-N Productions). Par ailleurs, la collection de poèmes animés **En sortant de l'école** (52 x 11', Tant Mieux Prod) se poursuit dans une 5e saison consacrée à Claude Roy, également en production. ■



Groupe Canal+ : la stratégie jeunesse

Le groupe Canal+ a réaffirmé sa stratégie d'investissement dans ses chaînes enfants et dans la production d'animation française, à l'occasion du Mifa à Annecy. Il complète même son dispositif avec l'ouverture d'une case jeunesse quotidienne sur C8, destinée à devenir une « vitrine » des propriétés des chaînes payantes. L'objectif : diffuser une série en 2e fenêtre, en accompagnement du lancement d'une saison inédite en payant.

Pour sa première venue au Mifa à Annecy, **Jean-Marc Juramie**, directeur des chaînes thématiques du **groupe Canal+** et directeur du pôle jeunesse par intérim après le départ de **Laurence Blaevoet**, s'est voulu **rassurant et porteur de bonnes nouvelles**. **Malgré les tensions** nées de la demande de l'entreprise de revoir à la baisse des engagements déjà pris (lire ci-dessous). * * *
« Le départ de Laurence Blaevoet [notre « Confidentiel » du 23 mai] n'entraîne absolument **pas de changement dans la ligne et la stratégie du groupe** » en matière d'**animation jeunesse**, a assuré celui qui est aussi directeur des contenus de l'offre Canal, jeudi 15 juin, lors de la conférence de presse de présentation des nouveaux engagements de **Télétoon+**, **Piwi+** et **Canal+ Family**. Les trois chaînes cumulent 3,8 % de pda sur les abonnés. « C'est beaucoup sur notre cible », a-t-il expliqué, qualifiant ce résultat de « satisfaisant ».

« Il y a trois, quatre ans, nous avons décidé d'**investir massivement** dans [ces chaînes], de **repandre leur exclusivité** [jusqu'à alors partagée avec Numericable, ndlr] et de **tripler nos budgets d'investissement** » dans l'animation. Le groupe Canal+ maintient donc ce cap, a ajouté Jean-Marc Juramie, y compris en termes de « **prises de risque dans la création originale** », en exclusivité, sur des « sujets pointus » et « ancrés dans la culture française et européenne ».

Lancement de la case enfants quotidienne de C8 le 21 août

L'entreprise – qui investit **près de 8 millions d'euros** dans l'animation chaque année, soit le double de son obligation – ajoute même une pierre à son édifice, avec le lancement, le **21 août**, d'une **case enfants quotidienne sur sa chaîne gratuite C8**. Cette création lui permet de proposer une **exposition complète** aux séries qu'il coproduit ou préachète – sans plus avoir à concéder une fenêtre gratuite à un groupe concurrent comme TF1 pour *Molang* – avec un fenêtrage précis, à l'instar de ce qu'a mis en place **Lagardère Active** avec Canal J-TiJi pour le payant et Gulli pour le clair.

La case de C8, destinée à être **complètement alimentée par des séries maison**, s'inscrira « au moins un an » **après la diffusion en payant**, a expliqué Jean-Marc Juramie à quelques journalistes, en marge de la conférence. Avec un cas de figure idéal : la diffusion en clair d'une saison d'une série alors qu'arrive la nouvelle en payant. Ainsi, C8 proposera à la rentrée **les saisons 1 et 2 de Kaeloo** (Cube) quand **Télétoon+ mettra la 3 à son antenne**. Ou encore **Ariol** (Folimage) et **Les Crumpets** (4.21 Productions), deux séries qui feront aussi parallèlement leur retour sur Télétoon+ avec des saisons inédites.

Ce dispositif de « vitrine » en hertzien permet d'« exposer une



licence qui fonctionne bien en renvoyant à la chaîne payante pour l'inédit ». Il « augmente la notoriété des licences » et en « maximise l'impact auprès de tous les consommateurs ». Le groupe Canal+ ne prendra toutefois **pas systématiquement la fenêtre en clair**, uniquement quand l'association gratuit/payant est « adaptée ».

La case de C8, qui n'a pas encore de nom, est aujourd'hui **prévue pour la période septembre-décembre, avec l'idée de la pérenniser sur la saison**, a indiqué Jean-Marc Juramie. Elle sera installée sur la tranche 6h30-8h du lundi au vendredi, à laquelle s'ajouteront une heure le samedi et une heure et demie le dimanche.

Accéder au rythme d'une saison par an

Ce nouveau dispositif est une « vraie preuve » de la volonté du groupe de maintenir sa stratégie dans l'animation et lui permet de « sécuriser et d'amortir [son] investissement », a précisé Jean-Marc Juramie. Il se double d'une inflexion en matière de production avec la volonté d'une part d'**accélérer le rythme de fabrication** sur quelques propriétés, dans l'objectif (inédit sur le marché) d'assurer **une saison inédite par an**, et, de l'autre, de **se recentrer sur moins de licences**.

« En trois, quatre ans, nous avons développé énormément de projets. On voit des choses marcher, d'autres moins bien : on veut **creuser le sillon de ce qui marche** », a-t-il expliqué. Il considère que **Télétoon+ et Piwi+ ont « trop de licences »**, « plus de quinze par chaîne ». Avec une conséquence : des **grilles** qui « ne sont **pas assez lisibles** ». « On aura un peu moins de variété, mais plus de liens avec les téléspectateurs », ainsi plus faciles à « fidéliser ».

Bientôt une couverture de « 10 millions de foyers » ?

Jean-Marc Juramie a aussi assuré qu'après avoir perdu des abonnés, d'autant plus avec le passage en exclusivité stricte dans l'offre Canal, les **chaînes enfants allaient « retrouver une masse critique de téléspectateurs »**. Elles sont ainsi passées d'une couverture de **3,5 millions de foyers à 7 millions** après les accords conclus avec **Free et Orange**. Et le groupe Canal+ « **visé 10 millions de foyers très vite** ».

Cela sous-entend la signature prochaine d'un accord avec un nouvel opérateur, qui ne pourrait être que Bouygues Telecom, SFR étant un concurrent direct en termes d'exclusivités de chaînes et d'investissement dans les contenus (sportifs notamment). Au premier trimestre, Bouygues Telecom comptait 3,2 millions d'abonnés dans le fixe, sans détails sur les foyers équipés de Bbox (notre édition du 18 mai).

Enfin, le groupe Canal+ « espère bien avoir des débouchés » au-delà de la France et de l'Afrique, où il est présent avec la chaîne payante A+, a expliqué Jean-Marc Juramie, citant l'Italie et l'Espagne, où Vivendi, premier actionnaire de l'entreprise, est présent avec Telecom Italia, Mediaset et, de façon moindre, Telefónica. « Nous avons une vraie visée d'expansion de la culture latine dans le monde », a-t-il conclu. »



Gulli / Canal J / TiJi : trois nouveaux développements de séries d'animation

Lagardère Active, éditeur des chaînes jeunesse **Gulli**, **Canal J** et **TiJi**, a signé **trois nouvelles conventions de développement de séries d'animation**, a annoncé **Emmanuelle Baril**, directrice des coproductions et du développement animation et fiction, à l'occasion de la traditionnelle conférence de presse organisée au **Mifa** d'Annecy jeudi 15 juin.

Ces conventions ont toutes été conclues avec **Gulli**, a-t-elle précisé. Les trois projets, destinés aux 6-10 ans, s'inscrivent tous dans le genre **comédie**, l'un des « éléments incontournables », avec « les **valeurs positives** » pour les chaînes du groupe, a-t-elle expliqué.

Watch Next Media (Philippe Alessandri) développe ainsi, avec l'irlandais **Kavaleer** et l'américain **American Greetings**, **La famille Foutrac**. Cette comédie raconte les histoires d'une famille recomposée, entre un père, doté d'un garçon, d'un chien et d'une souris et une mère avec fille, chat et... fromage. La direction d'écriture est assurée par **Neil Alsip** et **Sylvain Huchet**, tandis que **Heath Kenny** se chargera de la réalisation.

Par ailleurs, **Frog Box** (Olivier Dumont) codéveloppe avec la société belge **Creative Conspiracy** **Les 3 petits ninjas**, qui proposent un service de livraison de toute chose, à toute heure et en tout lieu. **Kim Claeys** en assure la direction d'écriture et, avec **Karim Rhellam**, la réalisation.

Enfin, la dernière convention d'écriture a été signée avec **Cottonwood Media** (David Michel, Zoé Carrera et Cécile Lauritano) pour **Titic se déchaine**. Avalé par une tondeuse à gazon, le chien Titic est envoyé dans un endroit bizarre



appelé Anitopia, où se trouvent d'autres animaux eux aussi « recyclés ». **Michelle et Robert Lamoreaux** sont les directeurs d'écriture de cette série qui sera réalisée par **Samuel Tourneux**.

La saison 2 de la fiction *Les tactiques d'Emma* en écriture

Parallèlement à ces projets d'animation, Lagardère Active s'est également engagé dans la **saison 2** de la **série courte de fiction *Les tactiques d'Emma***, en écriture chez **FabLab Channel** (Claire Leproust). Cette première incursion dans la fiction de la chaîne – la saison 1, préachetée, a d'abord été diffusée sur le web avant d'arriver à l'antenne – se poursuit donc avec potentiellement de nouveaux projets en fiction, selon Emmanuelle Baril. Si l'engagement dans une série plus longue « n'est pas d'actualité », le groupe réfléchit à cette question de la fiction, a-t-elle indiqué, interrogée sur ce point.

Lagardère Active a également profité de cette conférence pour annoncer avoir rejoint le plan de financement de la série ***Apollon et les drôles de petites bêtes*** (52 x 11'), en production chez **Method Animation** (Aton Soumache) avec **Bidibul Productions** (Luxembourg) pour **France Télévisions**, d'après l'univers d'**Antoon Krings** adapté par lui-même.

Huit productions en cours ou en livraison

Cette série, qui arrivera sur **TiJi en 2019**, fait partie des **huit productions en cours ou en livraison**, avec ***Arthur et les Minimoys*** (26 x 26', EuropaCorp Television, Studio 100 Animation, Disney Allemagne, RTBF et New Trails en Belgique) pour Gulli et Canal J, ***Lilybuds*** (52 x 11', Zodiak Kids Studio, France Télévisions et Discovery Kids Amérique latine) pour TiJi, ***Magic, famille féérique*** (52 x 13', Xilam Animation, Discovery Italy) pour Gulli et Canal J, ***Magiki*** (52 x 11', Zodiak Kids Studio, De Agostini,

Albacharia, Planeta Junior, Rainbow, Animasia) pour Gulli et TiJi, la **saison 5 d'*Oggy et les cafards*** (234 x 5', Xilam) pour Gulli – qui présentera les premiers épisodes en avant-première le 30 juin à 19h30 –, ***Ricky Zoom*** (52 x 13', Frog Box, Maga Animation et eOne) pour Gulli et ***Squish*** (52 x 13', Cottonwood Media, Télétoon+) pour Gulli et Canal J. La diffusion de ces séries est prévue, selon les cas, de la rentrée prochaine à 2019.

Une « exposition sans égale »

Caroline Cochaux, directrice déléguée du pôle TV France et international et présidente de Gulli, a insisté sur « **l'exposition sans égale** » que proposent les trois chaînes, Gulli en gratuit et Canal J-TiJi en payant. Elles diffusent au global « **plus de 11 000 heures** » d'animation française tous les ans dans un « **écosystème vertueux** » d'exclusivités pour un certain nombre de séries et de première fenêtre sur le payant avant de passer, « quelques mois plus tard », sur Gulli.

Le **basculement de Canal J et TiJi** de l'exclusivité sur l'offre Canal (ex-Canalsat) au **non-exclusif** leur a permis d'élargir leur diffusion et de **gagner, en audience, 155 % sur les 4-14 ans pour Canal J et 86 % sur les 4-10 ans pour TiJi**, a-t-elle précisé, citant les résultats de la dernière vague du Médiamat'Thématic de Médiamétrie (29 août 2016-12 février 2017). Quant à Gulli, elle a enregistré 17 % de pda sur les 4-10 ans en journée et 19,4 % en sortie d'école sur la période janvier 2016-janvier 2017.

Rappelons que Lagardère Active et le SPFA ont signé, il y a un an, un nouvel accord sur les **engagements** des trois chaînes jeunesse, **les portant de 6 % à 10 % du chiffre d'affaires** de référence à compter de 2016 (notre édition du 16 juin 2016). Avec, parallèlement, l'engagement d'investir dans le secteur au moins **22 millions d'euros jusqu'en 2018** (notre édition du 5 décembre 2016). »



ÉCONOMIE & ENTREPRISE

Embauches en série dans le dessin animé

Les mesures d'aide à la filière
ont dopé l'activité des studios,
qui s'arrachent les professionnels

ANNECY

En face du lac d'Annecy, on se croirait revenu pour quelques jours au temps béni des « trente glorieuses » et du plein-emploi. Dans le majestueux casino Impérial de la ville, où se tient le Marché international du film d'animation jusqu'au samedi 17 juin, les rendez-vous entre les studios de dessins animés du monde entier et les étudiants – français et étrangers – qui terminent leur cursus se déroulent à un rythme effréné. Les embauches aussi. Un phénomène assez rare pour que l'on s'y attarde.

D'un côté, 62 studios qui cherchent à recruter; de l'autre, 900 candidats – leur « book » dans leur ordinateur – qui postulent pour une offre d'emploi. Regina Salvador, coordinatrice des studios ASI

basés à Manille, aux Philippines, a besoin de deux directeurs de studios de dessins animés et d'un spécialiste du mouvement des personnages. Swastik Sekhar, cadre chez DQ Entertainment – qui emploie 2500 salariés à Hyderabad, en Inde, et travaille sans relâche pour Disney –, cherche sept spécialistes du dessin de personnages et de paysages. Basée à Dublin, Marianne McSharry, la « recruteuse » de Boulder Media, vient « chasser » 75 professionnels dans un premier temps et 80 « plus tard ». Elle a rendez-vous chaque jour avec 18 étudiants et trouve aisément des candidats qui lui plaisent dans la vingtaine d'écoles françaises (Gobelins, Supinfocom, Emile Cohl, les Arts Déco...) Ces



formations, très appréciées, constituent un plus indéniable.

Dans les studios français aussi, on recrute à tour de bras. Bon nombre de leurs représentants font partie des jurys de fin d'année des écoles pour repérer les étudiants. Mikros compte dénicher avant décembre 130 artistes, ingénieurs et encadrants à Paris et une vingtaine à Montréal, en « *mixant des jeunes tout juste sortis d'études et des talents confirmés* ». Illumination Mac Guff (Universal) cherche 100 graphistes, dont la moitié d'animateurs. Folimage a besoin de 40 recrues. Guillaume Hellouin, PDG de TeamTo qui signe les suites des *Lapins crétins* et de *Skylanders*, a besoin de 90 nouveaux professionnels d'ici à décembre...

Au fil des années, Annecy est devenu « *le lieu de recrutement mondial le plus important* », confirme Marc du Pontavice, PDG de Xilam. « *Mon angoisse, ce n'est pas le carnet de commandes, ce sont les gens pour pouvoir y répondre!* », résume-t-il. Les studios rivalisent donc pour séduire les meilleurs. Ainsi Silas Hickey, directeur de la production originale chez Turner International Asie Pacifique, qui embauche chaque année 50 à 60 personnes, promet aux impétrants que « *les réunions préparatoires de la série Monster Beach s'effectueront pendant deux semaines à Tahiti ou à Hawaï* ». Le recruteur de Disney Animation Studio, Matt Roberts, s'est livré à un grand show, dans lequel le doute n'existe guère, pour vanter la grandeur des studios de Burbank (Californie).

« En France, 2500 emplois seront à pourvoir uniquement dans l'animation d'ici à 2020 »

GUILLAUME HELLOUIN
PDG de TeamTo

Anna Kvorning, qui supervise les embauches chez Laika, le principal studio indépendant américain implanté à Portland (Oregon), ne cache pas que « *l'un des problèmes est d'obtenir des visas – ce qui nécessite en général deux mois* ». Elle constate « *un effet Trump : il est devenu plus difficile de convaincre des étrangers de venir travailler à Portland. Phénomène qui va s'amplifier si un jour on demande un mot de passe Facebook à tous les étrangers*

qui viennent aux Etats-Unis ». Plus de 40 % des effectifs de Laika est constitué de non-Américains. « *Nous avons beaucoup de mal à trouver des animateurs 2D* », explique la jeune femme.

Rien qu'en France, Guillaume Hellouin prévoit « *2500 emplois à pourvoir uniquement dans l'animation d'ici à 2020* ». Un seuil impossible à atteindre dans l'Hexagone, selon lui, puisque dans cette spécialité, plus technique qu'artistique, « *on ne trouve en moyenne que 65 élèves par an* », dit-il. Ce qui l'a incité à créer sa propre école, qui se veut « *solidaire et gratuite* », pour former des techniciens en six mois. L'Ecole Cartoucherie animation solidaire devrait ouvrir début 2018 dans la Drôme.

D'où vient cette quête effrénée des professionnels du dessin animé? L'effet du crédit d'impôt national et international entré en



vigueur au 1^{er} janvier 2016, conjugué au renforcement du fonds de soutien à l'animation (20 millions d'euros), s'est avéré décisif. L'aide à la filière était urgente tant était forte la concurrence du Canada, qui lui aussi manie les incitations fiscales.

Clignotants au vert

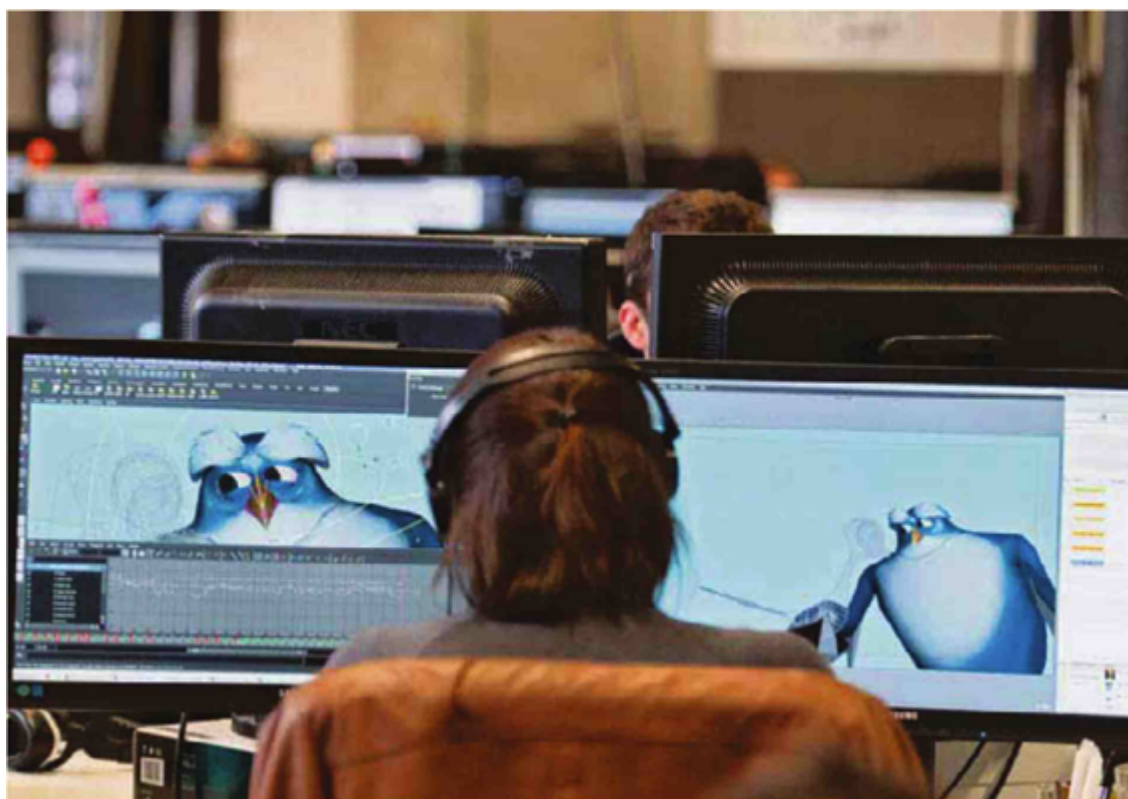
Les dépenses dans le dessin animé en France ont doublé entre 2015 et 2016 pour atteindre 332 millions d'euros. Bon nombre de producteurs, comme Gaumont ou Monello, ont rapatrié leur production. Si bien que le volume de films et séries réalisés a atteint son plus haut niveau depuis 2006 (388 heures).

Les clignotants sont au vert : « Rien que dans l'Hexagone, une dizaine de nouveaux studios a vu le jour depuis l'an dernier. Cela s'ajoute à la vingtaine déjà répartie sur toute la France, à Paris mais

aussi Angoulême, Valence, Lyon, Toulouse... En dix ans, un millier de postes ont été créés, ce qui porte à 5 500 le nombre d'emplois dans le secteur », explique Frédérique Bredin, présidente du Centre national du cinéma (CNC).

Si la demande explose pour ces métiers d'intermittents très spécialisés, parfois à la limite du taylorisme puisque certains professionnels ultraspecialisés travaillent uniquement sur le mouvement des cheveux des personnages, est-ce que leurs salaires deviennent stratosphériques ? « Non, tranche Guillaume Hellouin, ils sont indexés à des barèmes syndicaux. » Pierre Meloni, directeur du studio Folimage, recrute même les Italiens ou les Espagnols à 25 % de moins que leurs confrères français « parce qu'il ne récupère pas le crédit d'impôt international »... ■

NICOLE VULSER



Dans les locaux du studio d'animation TeamTo, à Bourg-les-Valence (Drôme), en 2014. DELMARTY/ALPACA/ANDIA.FR



Annecy 2017 : bilan en hausse pour le Mifa

Annecy 2017 : bilan en hausse pour le Mifa : 3 000 professionnels de 74 pays ont assuré une fréquentation record au marché en permettant à Annecy 2017 de franchir le cap symbolique des 10 000 accrédités. Rendez-vous est pris pour la prochaine édition du Mifa qui se déroulera du 12 au 15 juin 2018. Les chiffres 2017 du Mifa sont éloquentes : - 3 000 accrédités, + 9 % vs 2016 ; - 1 400 sociétés présentes, soit 200 entreprises de plus qu'en 2016 ; - 430 acheteurs, distributeurs et investisseurs, + 16 % vs 2016 ; - 1 300 participants au 1 Mifa Campus ; - 74 pays (vs 68 en 2016) représentés sur une surface de rencontre agrandie cette année à plus de 6 000 m², avec une délégation chinoise – la Chine, pays à l'honneur – de 130 personnes sur un stand de 183 m², une 1ère participation de l'Ukraine, d'Israël, de la Grèce, des Philippines et du Kosovo. Un nouveau corner entièrement dédié au court métrage, France in shorts. Une initiative portée conjointement par l'Afca (Association française du cinéma d'animation), l'Agence du court métrage, le SPFA (Syndicat des producteurs de films d'animation) et le SPI (Syndicat des producteurs indépendants) en collaboration avec le Mifa, Ciclic, UniFrance et la Procirep. Plus de 900 candidats (600 en 2016) ont été reçus lors de 75 sessions de recrutement. Plus de 60 studios (vs une cinquantaine en 2016) parmi les plus importants au monde (Illumination Mac Guff, Pixar, Laika, ILM, Cartoon Network Asia, Mikros Animation, Xilam, TeamTo...) ont ainsi pu rencontrer les meilleurs jeunes professionnels du marché venus du monde entier (56 % France, 37 % Europe, 7 % hors d'Europe). Ce sont 17 600 fiches et plus de 4 600 vidéos qui ont été consultées en 2017 sur la vidéothèque du Mifa, sur place, en ligne et via l'application mobile.



Annecy 2017 – Canal+ resserre son nombre de licences



En présence de Jean-Marc Juramie, le nouveau patron par intérim du pôle jeunesse du groupe, le diffuseur a présenté les nouveautés de la saison à venir, la dernière avant une grille recentrée sur les marques fortes de ses thématiques.

Une nouvelle page est sur le point de s'écrire pour les programmes jeunesse du groupe Canal+. Remis au cœur de la stratégie éditoriale du diffuseur, il y a deux ans, avec un triplement de son budget, à 8 M€, soit le double de son obligation, cette offre, est désormais chapeautée par une nouvelle direction désireuse de répartir différemment ses investissements. Dorénavant, "on veut concentrer nos investissements sur moins de séries" a expliqué Jean-Marc Juramie, directeur des chaînes thématiques du groupe Canal, directeur des contenus de l'offre Canal+, et directeur du pôle jeunesse du groupe depuis le départ de Laurence Blaevoet,

confirmant ainsi nos informations. Les thématiques jeunesse de Canal+ (Piwi+, Télétoon+, Canal+ Family), c'est 3,8% de l'audience globale des chaînes de Canal+ fait également valoir le diffuseur qui acte parallèlement l'ouverture d'une case en clair le matin sur C8, la chaîne TNT du groupe, dès le 21 août.

"Je voudrais vous dire que le départ de Laurence n'implique absolument pas de changement", a insisté Jean-Marc Juramie. Elle "a beaucoup fait pour l'animation (...) Je la remplace de façon intérimaire le temps qu'on s'organise [selon nos informations, une réorganisation bien plus vaste est prévue à l'échelle du groupe dont dépendra entre autres celle du pôle jeunesse, Ndlr]" a-t-il souligné avant que ne soit déclinés les titres phares des trois antennes pour la saison prochaine ou ultérieurement, certains programmes étant encore en production, voire en développement.

Sur Piwi+, la chaîne des 3-6 ans, le line up court d'Ariol (Folimage*) saison 2, diffusé dès le mois de septembre, à Ella, Oscar & Hoo, série adaptée des livres de Théo de Marcousin et Michael Dudok de Wit (Normaal Animation), présentée en Work in progress cette semaine à Annecy, Non-Non (Autour de Minuit) dont le spécial TV sera programmé à Noël, avant une sortie en salle en octobre 2018, suivi de la série à la rentrée de la même année.

Dans les autres productions en cours, figurent Molang (Millimages) saison 2, La cabane à histoires (Dandeloo, Caribara, en production) qui après "un très bel accueil pour la saison 1", sera diffusée en avril 2018, ou, à venir également, Le livre de la jungle saison 3 (Ellipse).

Autres exclusivités, L'heure du conte, "13 contes originaux de 13 min (Le Regard Sonore) à découvrir dès septembre, Gribouille (Moving Puppet) en novembre 2018...

L'offre de spéciaux compte pour sa part La poule, le chat et autres bestioles (Les Films du Nord), en début de production, ou Gilberto, le quatuor à cornes (Vivement Lundi !) livré dès décembre en revanche.

Dernier venu dans la famille Canal+, Mush-Mush et les champotes, en convention de développement, comme annoncé récemment par ses producteurs (La Cabane Production, Thuristar).

Télétoon+ accueillera dès la rentrée Kaeloo saison 4 (Cube Créative), manifestement LA licence coup de coeur de la nouvelle équipe du pôle jeunesse. Le programme lancera en outre la case de

C8 en août prochain.

Suivront en octobre les deux premiers moyens métrages de la trilogie de Benjamin Renner (Folivari), Le grand méchant renard, Un bébé à livrer, puis, pour les Fêtes, Il faut sauver Noël.

En novembre, débarqueront Paf le chien, Les Crumpets (421 Productions) saisons 3 et 4 (+ un spécial comédie).

Plus tard, en janvier, arrivera la quatrième saison d'Angelo la débrouille (TeamTO). Grosha et Mr B (La Station Animation). Par ailleurs, Arthur et les enfants de la table ronde (Blue Spirit, photo) dont le développement avait été annoncé au précédent **Mifa**, entre en production, tout comme Tom-Tom et Nana, la licence de Bayard "rafraîchie" par 421 Productions). Quant aux Sardines de l'espace (Toon Factory) et Moi, Elvis (Watch Next Media), leurs conventions de développement viennent d'aboutir informe le diffuseur, tandis que celle de Runes (Les Armateurs*) se poursuit.

Sur Canal+ Family enfin, les téléspectateurs retrouveront les séries engagées par et pour Télétoon+ et Piwi+ mais aussi le court métrage initié chaque année par Folimage dans le cadre d'une résidence, dont La Nef Animation (Nouvelles écritures pour le film d'animation), Nadasdy Film et désormais Bayard Presse sont les partenaires. L'offre de longs métrages balaiera large, de Sahara à Ballerina, aux As de la jungle chez les Français, en passant par Vice Versa, Zootopie outre-Atlantique.

*Folimage, participation majoritaire d'Hildgarde, propriétaire du Film français

Emmanuelle Miquet

© crédit photo : Blue Spirit Productions



#ANNECY2017 : BILAN TRÈS SATISFAISANT POUR LE MIFA

© 17 juin 2017 Actualité Ciné

Pari plus que réussi pour cette édition 2017 du Marché international du film d'animation d'Annecy qui a accueilli plus de 3.000 professionnels venus de 74 pays alors que le Festival a franchi la barre symbolique des 10.000 accrédités.



"Nous avons le sentiment d'avoir franchi un véritable cap cette année, en réussissant à donner au Mifa une nouvelle dimension. Nouvelle dimension par la surface avec plus de 1 000 m² supplémentaires et une nouvelle structure d'accueil des exposants, mais aussi par le nombre d'accrédités et la multiplication des échanges organisés sur les 4 jours que compte désormais le Marché. se félicite Mickaël Marin, délégué général Citia et délégué développement économique & Mifa. Le 1^{er} Mifa Campus notamment, pensé sur une journée supplémentaire pour les talents et les étudiants, ce public si spécifique à Annecy, a été plébiscité par plus de 1.300 participants et c'est une vraie satisfaction pour nous."

Tous les indicateurs étaient au vert. Le Mifa a accueilli 3.000 accrédités, soit une hausse de 9% par rapport à l'édition 2016. 1.400 entreprises étaient présentes (soit 200 de plus qu'en 2016). Le Mifa a vu passer 430 acheteurs, distributeurs et investisseurs (+16% vs 2016), et 74 pays (vs 68 en 2016) ; la Chine étant le pays à l'honneur, la délégation chinoise comprenait 130 personnes, alors que participaient pour la première fois au Marché l'Ukraine, Israël, la Grèce, les Philippines et le Kosovo.

Les 75 sessions de recrutement ont aussi affiché une forte hausse avec plus de 900 candidats (contre 600 en 2016) venus des quatre coins de la planète (56 % France, 37 % Europe, 7 % hors d'Europe). Il faut dire que 60 studios parmi les plus importants au monde (Illumination Mac Guff, Pixar, Laika, ILM, Cartoon Network Asia, Mikros Animation, Xilam, TeamTo...) répondaient présents au rendez-vous.



Par ailleurs, le Prix Mifa & Variety's Animation Personality of the Year, créé il y a deux ans afin de "mettre en avant des personnalités ayant contribué à l'évolution de l'industrie de l'animation, grâce à leurs réalisations, investissements et ré-

flexions" a été attribué à un duo de distributeurs : Marc Bonny, le fondateur de Gebeka Films, à l'origine de nombreux succès animés (*Kirikou et la Sorcière, Mon voisin Totoro, Louise en hiver, Ma vie de Courgette...*) et Eric Beckman, le fondateur et président de GKids, qui a également contribué à la réussite de nombreuses réalisations (*Ernest et Célestine, Couleur de peau : miel, Avril et le Monde truqué...*). Ce Prix avait été précédemment décerné à Chris Meledandri d'Illumination Entertainment, et au duo d'Aardman, Peter Lord et David Sproxton.



FestivalduFilm d'Animation d'Annecy : la pêche aux talents



A Annecy, pendant le **Festival International du Film d'Animation**, c'est le monde à l'envers ! Ce 15 juin, la salle réquisitionnée par l'Ecole des Gobelins, afin que s'y rencontrent ses élèves en fin d'étude et les recruteurs, n'est pas assez grande. Ces derniers doivent attendre que, parmi la trentaine de tables, l'une se libère. Sur chacune, un sablier. Personne ne s'en sert mais ça donne l'esprit de ces "Speed-recruiting". Pas de blabla inutile. Ici, on juge sur pièce. Les étudiants vont de table en table avec, en main, leur sésame : l'Ipod qui recèle un trésor, la bande démo de leur travail. Deux minutes qui témoignent de leurs capacités, de leur sensibilité, de leur patte.

Il y a quatre ans, Guillaume Dousse terminait Les Gobelins. Il est aujourd'hui de l'autre côté de la table. Avec deux copains, sortis comme lui de cette école à la renommée internationale, il s'est associé à quatre danois issus d'une formation équivalente. A eux sept, ils ont monté le studio Sun Creature, à Copenhague, grâce à deux campagnes de crowdfunding (300 000 dollars au total). Sun Creature travaille pour les jeux vidéos, la pub, termine une série pour Cartoon Network qui, pour la première fois, fait **produire** en dehors de ses propres studios. Guillaume Dousse explique :

Dans l'immédiat, je n'ai pas grand chose à proposer mais quand un projet se concrétise, il faut constituer rapidement une belle liste. Or, ceux avec lesquels on travaille habituellement ne sont pas forcément disponibles".

Alors, il est en repérage, regarde attentivement les bandes demo, "c'est hyper chouette, c'est top" s'enthousiasme-t-il en faisant défiler des décors. Certains jeunes seraient prêts à s'installer à Copenhague, d'autres non. Ce n'est pas un problème. Dans ce métier, on travaille très bien à distance.

"Nouer des contacts, c'est essentiel"

A la table d'à côté, Antonio Canobbio. Lui est vice-président directeur de la création de Titmouse Studio, installé à Los Angeles, New York et Vancouver. "Les Gobelins m'invitent chaque année, dit-il. Dessiner c'est très bien, mais apprendre à nouer des contacts, c'est essentiel". Il ne proposera pas tout à trac de s'expatrier car "un visa c'est **dur** à obtenir et très cher. Cela met en jeu des sommes d'argent énormes des deux côtés avec parfois, à l'arrivée, des accidents. Mieux vaut vérifier d'abord si on s'aime grâce au travail en free-lance". Chaque entreprise a ses arguments à faire valoir. A la grande surprise de Quentin Auger, directeur technique de Studio 100, filiale française d'un groupe Flamand, "le fait qu'on utilise de la réalité virtuelle comme outil en **production** déclenche l'intérêt. Aujourd'hui, le marché est très **tendu**". Sa société attend le feu vert pour une **production** américaine. Dans quelques semaines, il faudra peut-être recruter plusieurs dizaines de talents. Sur certains postes, ils sont très rares : "compliqué de trouver des riggers qui articulent les personnages ou des story-boarders qui **traduisent** en dessin ce qui est écrit".

Si les élèves des Gobelins ont la chance royale de bénéficier d'une session de recrutement pour eux seuls, le **Festival** offre des opportunités à tout le monde. En effet, la manifestation ne se contente pas d'exposer largement films de fin d'études et courts métrages, de faire intervenir des sommités de l'animation : elle organise de manière exemplaire le marché de l'emploi. Ici, plus une place de camping, plus un AirBnB disponible. Le long **du** lac **d'Annecy**, on entend toutes les langues, on croise des dizaines de jeunes. Les 2500 étudiants, venus essentiellement d'Europe, ne se contentent pas de mettre une ambiance de feu lors des projections, ils savent que c'est un endroit hors pair pour les rencontres.

Durant trois jours et demi (contre deux jours l'an dernier), le **MIFA**, marché associé au **Festival**, leur offre cette possibilité. 62 entreprises **du** monde entier (53 l'an dernier) ont déposé des offres d'emploi, 900 débutants et talents confirmés (300 de plus que l'an dernier) postulent. "Au début des années 2000, raconte Mickaël Marin, qui organise le **MIFA**, les festivaliers se plaignaient 'c'est pénible tous ces étudiants, ils nous empêchent de travailler'. Mais le niveau de plus en plus élevé des **productions** place les talents au cœur des préoccupations. Dans l'animation, c'est plein emploi".

En France, des mesures fiscales (crédit d'impôt) adoptées par le Parlement ont permis d'attirer, des **productions** étrangères et d'y fixer des **productions** françaises qui, il y a peu, trouvaient de meilleures conditions au Canada. C'est aussi un moment d'effervescence artistique. "Les talents augmentent de manière exponentielle, observe Antonio Canobbio, installé en Amérique **du** Nord, ils viennent de nouveaux pays dans ce domaine, comme la Russie par exemple, sont nourris d'influences très diverses et capables d'apporter des styles nouveaux."

Un nouveau festival dédié à l'animation à Los Angeles

CINÉMA. Le Festival d'Anney, Variety et GKIDS lancent un nouveau festival de cinéma d'animation, Animation is a Film, pour "combler une lacune".

GKIDS, le producteur et distributeur d'animation nord-américain, le Festival international du film d'animation d'Anney et le magazine Variety ont annoncé le lancement d'Animation is Film, festival de cinéma d'animation à Los Angeles, indique un communiqué le 15 juin. Sa première édition se déroulera du 20 au 22 octobre, au TCL Chinese 6 Theater à Hollywood avec la présentation de vingt programmes composé de longs-métrages en compétition, de projections spéciales, de rétrospectives et de programmes de courts-métrages. Son



20 programmes seront présentés lors de la première édition, qui se déroulera au TCL Chinese 6 Theater à Hollywood.

objectif est de "combler une lacune dans le marché états-unien en créant un festival d'animation de classe mondiale au même titre que les événements majeurs en Europe et en Asie", précisent les organisateurs, indiquant leur volonté de le placer au cœur de Hollywood. Ce rendez-vous aura trois missions : présenter une vitrine annuelle des

meilleures œuvres animées récentes avec des programmes pour adultes et pour toute la famille, encourager les réalisateurs d'animation et soutenir les femmes réalisatrices et les réalisateurs issus de la diversité. Le comité organisationnel du festival se compose d'Eric Beckman (le fondateur et PDG de GKIDS, cofondateur du New York Int'l Children's Film

Festival), de Patrick Eveno (le directeur de Citia, organisateur du Festival international du film d'animation d'Anney), de Mickaël Marin (le délégué général de Citia, délégué développement économique Mifa), de Marcel Jean (le délégué artistique du Festival international du film d'animation d'Anney), de Michelle Sobrino-Stearns (l'éditrice de Variety), de Steven Gaydos (rédacteur en chef de Variety), de Peter Debruge (critique cinématographique en chef de Variety) et de Fumi Kitahara (le président de la publicité de Women in Animation).



C8 LANCE SA CASE JEUNESSE LE 21 AOÛT

19 juin 2017 Actualité TV

A l'occasion de sa conférence de presse au Festival d'Annecy, la chaîne gratuite du groupe Canal+ a annoncé la création d'une case jeunesse.



Alors qu'il introduisait la conférence de presse des chaînes Piwi+, Télétoon+ et Canal+ Family pour les programmes jeunesse à venir, le tout sur une introduction rythmée par la musique d'introduction de *La La Land*, comme France Télévisions, Jean-Marc Juramie, directeur des contenus de l'offre Canal, directeur des chaînes thématiques du groupe Canal et patron temporaire du pôle jeunesse a confirmé la création de la case jeunesse de la chaîne C8.

L'idée est bien de faire bénéficier, aux séries d'animation financées en exclusivité pour les différentes chaînes jeunesse du groupe (Canal+ Family, Piwi+ et Télétoon+) ainsi que les acquisitions, d'une fenêtre en clair, après avoir été sur les chaînes payantes. Le but affiché est bien d'installer davantage ces marques mais également de booster la notoriété et d'attirer de nouveaux clients sur les chaînes payantes, qui bénéficieront donc de ces séries en amont de leur diffusion sur C8. Dès la rentrée, la saison 3 de *Kaeloo* sera donc visible sur la chaîne gratuite après sa diffusion cet été sur Télétoon+.

Les chaînes jeunesse, à travers les abonnements mais aussi via les partenariats avec les FAI, sont regardées par quelques 7 millions de personnes et l'objectif à moyen terme de Canal+ est de monter à 10 millions de téléspectateurs. Plus largement, le groupe pouvait étendre la renommée de ces contenus jeunesse produit à d'autres pays comme l'Espagne et l'Italie, en plus de l'Afrique où il est déjà présent.

Les trois chaînes jeunesse du groupe Canal+ représentent quelques 4% de part d'audience sur l'ensemble des abonnés. Un chiffre qui semble convaincre le groupe, selon Jean-Marc Juramie, qui souhaite ainsi développer la fidélisation en diffusant notamment une saison par an de chaque série. Et suite aux inquiétudes émises par le SPFA lors de sa conférence de presse, Canal a souhaité tenter d'apaiser les esprits en assurant qu'aucun changement stratégique n'avait été prévu suite au départ de Laurence Blaevoet tout en admettant que Canal+, avec sa perte d'abonnés, vivait une période difficile : "Nous ne modifierons pas nos investissements globaux (qui étaient à hauteur de 8 M€ en 2016, ndr), ce sont juste les processus qui vont changer" a-t-il ainsi précisé tout en insistant sur le fait que le groupe Canal+ faisait partie des "seuls" à se concentrer sur des contenus français, produit en France, avec un ancrage français et européen.

Perrine Quennesson



Industrie des programmes

Annecy / GKids / Varietv : création du festival Animation is Film à Los Angeles

Trois jours après avoir annoncé le déploiement de sa marque en Corée du Sud, le premier hors de l'Hexagone, le **Festival international du film d'animation d'Annecy met un pied aux Etats-Unis**. Il s'associe avec **GKids**, groupe de production et de distribution américain (distributeur de *Ma vie de Courgette*, des films des studios Ghibli) et le magazine professionnel **Variety** dans la **création d'Animation is Film, festival de cinéma d'animation à Los Angeles**, a-t-il annoncé vendredi 16 juin, à la veille de la clôture du festival annécien.

La première édition se déroulera **du 20 au 22 octobre au Théâtre chinois de Mann** (TCL Chinese 6 Theater) à Hollywood. Une édition qui se déroulera « **sur le mode prototype** » avec l'idée de **pérenniser la manifestation** à la même époque les années suivantes, a expliqué à *Satellifax* **Mickaël Marin**, délégué général de Citia, établissement organisateur du rendez-vous d'Annecy et délégué développement économique & Mifa.

Au contraire d'Annecy, ouvert à tous les formats d'animation (télévision, long et court métrage, film d'école...), le festival américain sera **centré sur le cinéma** avec la présentation d'une vingtaine de longs métrages, pas forcément issus de la sélection annécienne, associée à des projections spéciales, des rétrospectives et des programmes de courts métrages.

L'objectif, côté américain, est de « **comblé une lacune dans le marché états-unien** en créant un festival d'animation de classe mondiale au même titre que les événements majeurs en Europe et en Asie, et en le situant dans la capitale mondiale du cinéma d'animation », indique le communiqué.

Côté français, la volonté est celle déjà exprimée avec l'accord avec SBA Animation Center et SK Broadband (notre édition du 14 juin) : « **développer l'image et la notoriété d'Annecy** », a souligné Mickaël Marin. Citia, qui a acquis un savoir-faire reconnu, veut faire d'Annecy un « **label** » associé à des événements grand public qui font la promotion de l'animation dans le monde. Sans évidemment créer de concurrence sur le volet professionnel : l'édition 2017 du **Mifa**, qui s'est achevée vendredi 16 juin (lire ci-dessus), a confirmé la place incontournable du marché pour la filière internationale de l'animation.

Le **comité d'organisation** d'Animation is Film est composé d'**Eric Beckman** (GKids, New York International Children's Film Festival), **Patrick Eveno**, directeur de Citia, **Mickaël Marin**, **Marcel Jean**, délégué artistique du Festival d'Annecy, **Michelle Sobrino-Stearns** (*Variety*), **Steven Gaydos** (*Variety*), **Peter Debruge** (*Variety*) et **Fumi Kitahara** (Women in Animation). ■



A la Une

Mifa / Annecy : succès pour l'édition allongée et agrandie du marché international de l'animation

L'édition 2017 du Mifa d'Annecy semble avoir gagné son pari, franchissant, pour la première fois de son histoire, le **cap des 3 000 accrédités** (3 045) contre 2 850 en 2016, provenant de 74 pays, a annoncé Citia, organisateur de la manifestation et de son pendant grand public, le Festival international du film d'animation, vendredi 16 juin, jour de clôture du marché.

1 400 sociétés étaient présentes (+200), tandis que, parallèlement, la participation des acheteurs-diffuseurs-investisseurs a progressé de 16 % en un an à 430 personnes, selon le communiqué. La manifestation annécienne dans son ensemble passe, elle, un « cap symbolique », celui des 10 000 accrédités.

500 m2 supplémentaires « dans les tuyaux » pour 2018

L'établissement public avait donné, cette année, une nouvelle envergure à son marché en l'**organisant sur quatre jours** (et non plus trois) dans un **espace agrandi de 1 000 m2** à plus de 6 000 m2, avec un chapiteau sur deux niveaux (notre édition du 9 novembre). Ce nouveau schéma sera **reconduit l'an prochain**, a expliqué Mickaël Marin, délégué général de Citia et délégué développement économique & Mifa, à Satellifax. Voire renforcé : l'intégration de **500 m2 supplémentaires** à l'étage du chapiteau est « **dans les tuyaux** », a-t-il ajouté.

« Nous avons eu de très bons retours », le passage à quatre jours donnant « **une respiration** » aux accrédités. Les événements se sont effectivement multipliés ces dernières années (Share With, recrutement, WIP, conférences, Mifa

Pitch, etc.), avec en plus l'arrivée du Mifa Campus cette année, parallèlement à des rendez-vous qui étaient déjà très courus des producteurs : les conférences dites « de presse » des diffuseurs français, **France Télévisions**, **Lagardère Active** et le **groupe Canal+**.

L'ouverture du marché le mardi a ainsi donné un peu d'air à un calendrier très serré, même s'il a permis à un autre groupe diffuseur de chaînes jeunesse de prendre la parole, pour la première fois depuis longtemps : **Disney Television Animation** (notre édition du 15 juin).

Recrutement : 62 studios face à 900 candidats

Mickaël Marin a également souligné l'importance prise par le Mifa en matière de **recrutements d'étudiants** – toujours présents en nombre à Annecy – et de talents. Le dispositif ad hoc installé par Citia cette année a mis **62 studios** (53 l'an dernier) – à 59 % français, 23 % européens et pour beaucoup américains pour le reste du monde – face à **900 candidats** (600 en 2016), a-t-il précisé. S'ils proviennent majoritairement de France, 37 % sont issus d'autres pays européens et 7 % du reste du monde, a aussi indiqué Mickaël Marin.

La **Chine** était cette année le **pays invité** du Festival et du Marché, où les entreprises du pays ont occupé un large espace. Les échos sont, là aussi, positifs : « Nous **discutons** [avec les Chinois] pour voir **comment pérenniser cette participation**. »

Le Mifa 2018 se déroulera du 12 au 15 juin. ■

Animation Is Film : Annecy, GKIDS et «Variety» lancent un nouveau festival d'animation à Los Angeles

GKIDS, le producteur et distributeur d'animation pour audiences adultes et familles, le Festival international du film d'animation d'Annecy, Festival et Marché d'animation d'importance mondiale, et le magazine «Variety» ont annoncé le lancement d'Animation Is Film, festival de cinéma d'animation à Los Angeles. La première édition se déroulera du 20 au 22 octobre, au TCL Chinese 6 Theater à Hollywood (Théâtre chinois de Mann) avec la présentation de vingt programmes comprenant des longs métrages en compétition, des projections spéciales, des rétrospectives et des programmes de courts métrages. À propos du Festival, le fondateur et PDG de GKIDS, Eric Beckman, explique: «Créer un festival de cinéma aux États-Unis qui reconnaisse les plus hautes aspirations de l'animation comme étant une forme d'art cinématographique est un rêve de longue date pour GKIDS».

Festival d'Annecy : Marc Bonny, lauréat du prix Mifa & Variety's Animation Personality

Marc Bonny, le fondateur de la société française de distribution de films d'animation pour le jeune public, Gébéka, s'est vu décerner, lors de la cérémonie de clôture du Festival d'Annecy, le 16 juin, le prix Mifa & Variety's Animation Personality. Cette récompense met entre autres à l'honneur les métiers de la distribution. Gébéka a notamment distribué «Kirikou et la sorcière», de Michel Ocelot, «Mon voisin Totoro» de Hayao Miyazaki, ou, et plus récemment, «Dofus, livre 1 : Julith», d'Anthony Roux et Jean-Jacques Denis.



[Animation]

ANNECY, VITRINE D'UNE FILIÈRE EN PLEINE EXPLOSION

Le carrefour mondial de l'animation a battu de nouveaux records lors d'une édition hyperactive, à l'image du secteur. ■ PATRICE CARRÉ, SARAH DROUHAUD ET EMMANUELLE MIQUET

Du 12 au 17 juin, le 41^e Festival international du film d'animation d'Annecy a atteint les 10 000 accrédités (+8,7%) dont plus de 3 000 pour le marché (+9%). Ces chiffres revêtent une "symbolique forte". "Il n'y a pas si longtemps, nous étions à 5 000", rappelle Patrick Eveno, directeur de Citia, l'organisateur d'Annecy. Cette croissance était particulièrement palpable sur le marché, doté d'un jour et d'un étage supplémentaires. Ces paris sont gagnés, selon Patrick Eveno, et déjà les contours d'Annecy 2018 se dessinent. Il n'est par exemple "pas impossible" que le marché gagne encore des mètres carrés, le chapiteau de l'étage le permettant. La croissance d'Annecy est à l'image de celle de l'industrie, les deux se nourrissant. Dans l'Hexagone, les réformes du compte de soutien et des crédits d'impôt ont considérablement dopé l'emploi – avec une hausse de 50% de la masse salariale en trois ans, à 150 M€ prévus en 2017, selon le SPFA –, et ce faisant ravivé le débat sur l'adéquation entre la formation et les besoins des studios. Pour faire face au manque de personnel qualifié, au **Mifa**, TeamTO a annoncé qu'il allait ouvrir sa propre école d'animateurs 3D, dont la spécificité sera d'être solidaire et gratuite, avec garantie d'emploi à la clé! Xavier Bertrand, président des Hauts-de-France, s'est quant à lui offert un petit-déjeuner avec une dizaine de professionnels (producteurs, diffuseurs, distributeurs). Objectif, répondre au mieux à leurs attentes pour hisser les Hauts-de-France dans le quatuor de tête des régions en termes d'animation, aux côtés de l'Île-de-France, Nouvelle-Aquitaine et Auvergne-Rhône Alpes, et leur annoncer au passage que le plafond d'aide à la production en série allait être relevé de 300 000 € à 330 000 €.

L'ASIE MONTE EN PUISSANCE

Cette vitalité va bien au-delà de l'Hexagone. L'Europe voit aussi dans l'animation une filière dynamique et d'excellence. Dans cette optique, Europe Creative (qui pilote le programme Media) a été mandatée par la Commission européenne pour préparer un plan en faveur de la filière, attendu à l'automne. Ce plan, pour lequel Europe Creative s'appuie sur l'association Animation in Europe et sur Cartoon, est essentiel, car, une fois établi, il fera l'objet de discussions au Parlement et à la Commission, qui trancheront dans un contexte de restrictions des fonds Media à partir de 2020. Deux annonces majeures ont illustré l'attractivité partout dans le monde pour le genre animation et celle d'Annecy stricto sensu: la création du Annecy Asia International Animated Film Festival, attendu à Séoul en 2019, et le lancement d'Animation Is Film, festival qui aura lieu à Los Angeles en octobre. Opérateur sur le premier, partenaire sur le second, Citia concrétise avec ces deux événements sa volonté de



LES PRINCIPAUX PRIX

Le Cristal du long métrage couronne *Lou et l'île aux sirènes* de Masaaki Yuasa (sortie 30/8, photo), *Dans un coin de ce monde* de Sunao Katabuchi (13/9) recevant le prix du jury et *La passion Van Gogh* de Dorota Kobiela et Hugh Welchman (11/10) celui du public. En court, le Cristal distingue *The Burden* de Niki Lindroth Von Bahr, et en production TV, il est décerné à *Revolting Rhymes Part One* de Jakob Schuh, Jan Lachauer, Bin-Han To. *The Man-Woman Case "Wanted"* d'Anaïs Caura (*My Fantasy/2P2L*, FTV) emporte le prix du jury.

déployer la marque et le savoir-faire d'Annecy à l'international. Rayonnement dont bénéficie pleinement le **Mifa**. Cette année, la présence européenne était à nouveau renforcée, avec le regroupement sous des ombrelles communes de l'Italie, du Royaume-Uni ou encore de la Grèce, tandis que la Pologne célébrait les 70 ans de sa filière. L'Amérique latine était aussi très bien représentée par le Chili, l'Argentine, le Mexique, la Colombie ou encore le Brésil. Mais la montée en puissance de l'Asie reste un fait notable. Pays à l'honneur, la Chine avait regroupé ses 50 sociétés exposantes au sein d'un pavillon de plus de 180 m², tandis que le palmarès était dominé par le Japon qui recevait deux prix dont le Cristal du long métrage pour *Lou et l'île aux sirènes*. Quant à la Corée du Sud, elle se prépare à devenir un hub incontournable, la région manquant encore de manifestation à la hauteur des enjeux.

Les seules ombres au tableau se situent dans l'Hexagone, la première concernant le long métrage d'animation: si les savoir-faire sont là, la situation reste insatisfaisante notamment en raison d'un manque de financement pour porter des projets ambitieux selon le SPFA, qui plaide pour un plan avec le CNC d'ici fin 2017. La seconde vise la situation à Canal+, qui tranche dans un contexte où tous les diffuseurs ont soit stabilisé leurs investissements dans le genre, soit les ont augmentés. Le groupe, s'il a confirmé l'ouverture d'une case matinale sur C8 (nos informations du 23 mai sur le site), dès le 21 août, a mis parallèlement la pression à des producteurs pour baisser de 20% des budgets de séries sur lesquelles il s'est déjà engagé. ♦

www.lefilmfrancais.com
 Retrouvez toute l'actualité d'Annecy 2017.