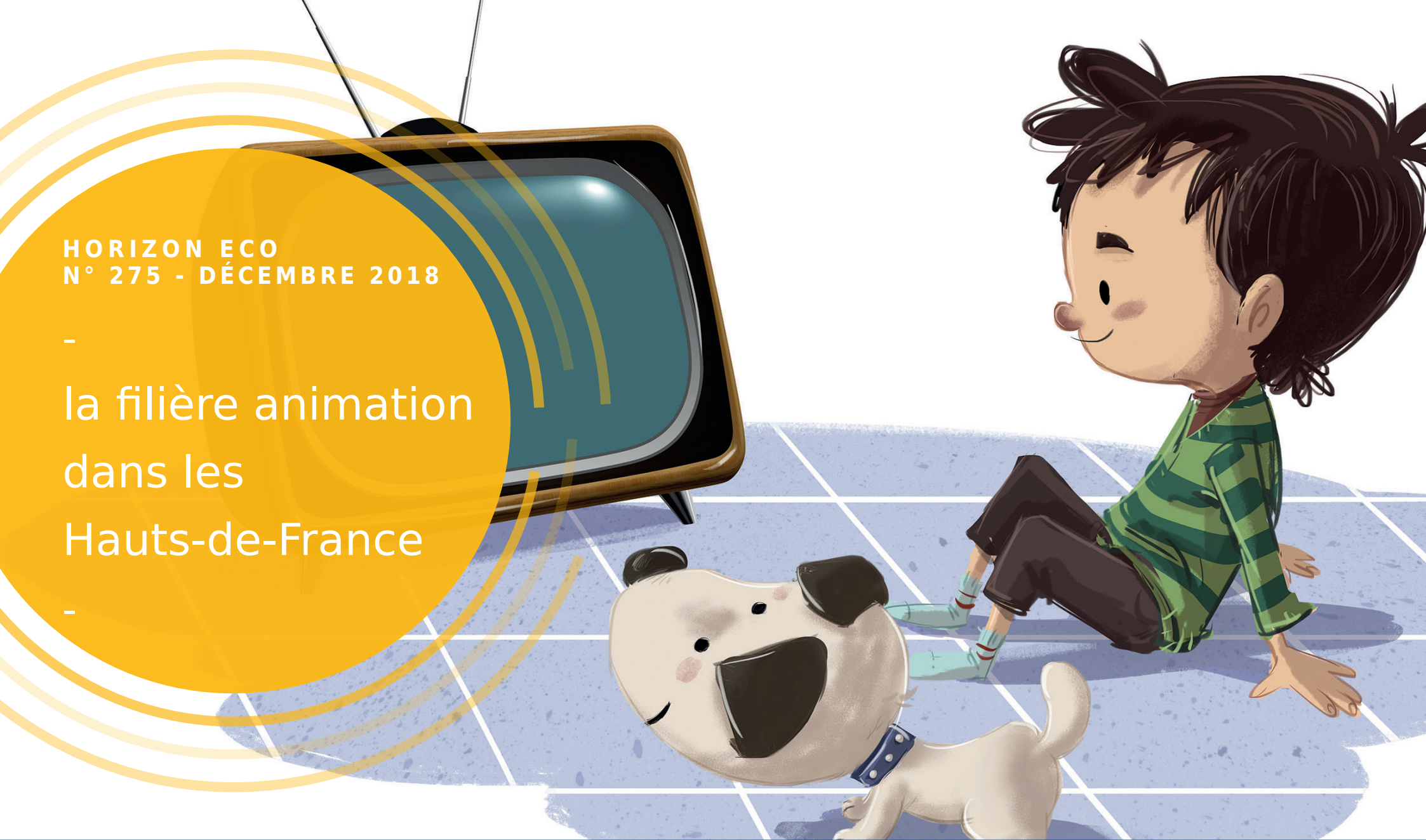


HORIZON ECO
N° 275 - DÉCEMBRE 2018

-
la filière animation
dans les
Hauts-de-France
-



LE MARCHÉ DE L'ANIMATION

3

Les chiffres clés de l'animation dans le monde et en Europe

4

Grand témoin : Marc Vandeweyer,
Directeur général de Cartoon

6

Les chiffres clés de l'animation en France

8

Grand témoin : Philippe Alessandri, Président du SPFA
(Syndicat des Producteurs de Films d'Animation)

10

Les chiffres clés de l'animation dans les Hauts-de-France

11

Les métiers en tension dans la filière animation

NOS PÉPITES EN RÉGION

Nos petits poucets

12

Mickael Carton et Nicolas Dufresne / Rainbox

14

Aurélie Steunou-Guégan / ASG-STUDIO

16

Fabienne Giezendanner / Zéro de Conduite
Productions

Les studios tournés vers l'international

24

Anthony Roux / Ankama

26

Frédéric Puech / Planet Nemo

27

Frédéric Puech et Fabian Puech / Something Big

28

Lahcen Bahij / Studio Redfrog

« Small is beautiful »

18

Tanguy de Kermel, réalisateur

20

Arnaud Demuynck / Les Films du Nord

22

Matthieu Liégeois / Tchack

Bienvenue aux nouveaux arrivants !

30

Pierre Sissmann / Cyber Group Studios

32

Guilhène Iop / Grid

34

Maia Tubiana / Madlab Animations

ÉDITO

Le secteur de l'animation est très dynamique en France. En témoignent des effectifs multipliés par deux entre 2007 et 2017. Il est vrai que nos séries de dessins animés « made in France » se vendent très bien hors de nos frontières et cela même au grand international. Par ailleurs, avec les nouvelles dispositions du crédit d'impôt et la réforme du système d'aide du CNC (Centre National du Cinéma et de l'Image Animée), l'animation est un des secteurs industriels qui peut prétendre à relocaliser des emplois en France.

Il est donc facile de comprendre la concurrence acharnée que se livrent aujourd'hui les régions françaises pour faire venir des studios d'animation sur leur territoire. Elles rivalisent d'aides pour attirer cette industrie de main-d'œuvre, à l'instar des politiques mises en œuvre par l'Auvergne-Rhône-Alpes ou la Nouvelle-Aquitaine. Mais les Hauts-de-France ne sont pas en reste. Si l'aide à la création animée accordée par Pictanovo s'élevait à 495 000 euros par an jusqu'en 2016, la Région a décidé de multiplier son budget par quatre dès 2017, avec une enveloppe de 2,2 millions d'euros. L'effet a été immédiat avec l'arrivée d'importants studios dans la région, tels que *Cyber Group Studios*, *Madlab Animations* ou encore *Grid*.

Aujourd'hui, la région Hauts-de-France a toutes les cartes en main pour faire monter en puissance l'écosystème régional de l'animation et créer de nombreux emplois au vu des perspectives enthousiasmantes dans ce secteur. Avec la présence d'écoles à la renommée internationale comme *Rubika* et des studios emblématiques comme *Ankama* ou *Tchack* mais aussi des petits studios qui cartonnent, nous avons tout pour réussir ce défi et développer cette industrie créative. La diversité de cet écosystème que nous avons choisi de mettre en valeur à travers cette monographie des acteurs de la filière est une vraie force pour notre région et viendra renforcer son attractivité et son rayonnement à l'international.

Guillaume Delbar
Vice-Président du
Conseil régional Hauts-de-France
Vice-Président de la MEL
Maire de Roubaix
Président de Pictanovo

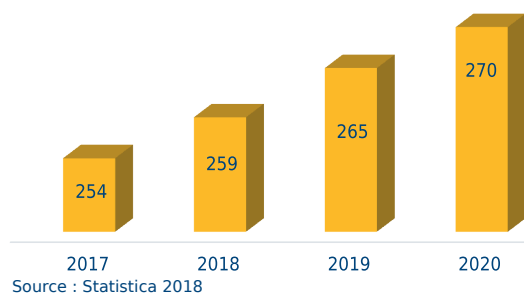
Philippe Hourdain
Président de la
CCI de région
Hauts-de-France



LES CHIFFRES CLÉS DE L'ANIMATION DANS LE MONDE ET EN EUROPE

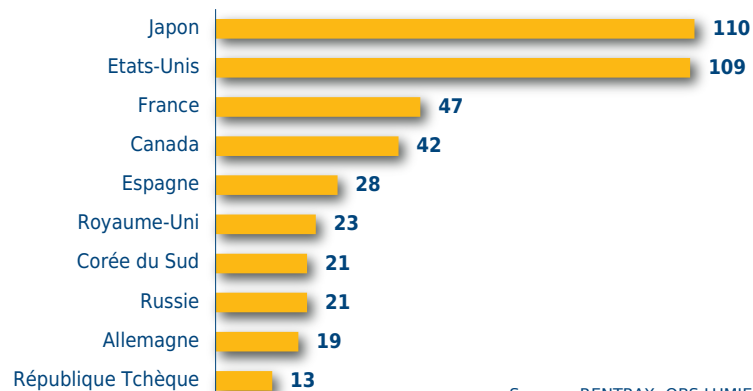
Le secteur de l'animation suscite actuellement un réel engouement et il est en pleine expansion dans le monde. En 2018, le marché mondial de l'animation est estimé à 259 milliards de dollars et il pourrait atteindre 270 milliards en 2020, soit une hausse de 6,3% entre 2017 et 2020.

Le marché mondial de l'animation (en milliards de dollars)



L'Observatoire européen de l'audiovisuel, dans son étude « Mapping the Animation Industry in Europe », a évalué que le Japon, les Etats-Unis et la France sont les trois premiers producteurs d'animation entre 2010 et 2014. Le nombre de productions en France reste toutefois deux fois inférieur à celui des Etats-Unis ou du Japon.

Classement des principaux pays en nombre de productions d'animation (moyenne 2010-2014)



La distribution des films d'animation qui sortent en salle de cinéma est largement dominée par les Américains, notamment avec les deux mastodontes *The Walt Disney Company* et *Twentieth Century Fox* qui représentent à eux deux plus de 50% de parts de marché.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation en première exclusivité (entre 2008 et 2017 en termes d'encassements distributeurs)

	DISTRIBUTEURS	PART DE MARCHÉ (%)	FILMS DISTRIBUÉS
1	The Walt Disney Company	29,1	35
2	Twentieth Century Fox	21,2	25
3	Paramount Pictures	13,2	15
4	Universal Pictures international	11,1	12
5	Sony Pictures Releasing	8,1	13
6	EuropaCorp Distribution	3,2	4
7	StudioCanal	3	13
8	SND	2,8	9
9	Warner Bros Entertainment	2,2	7
10	Pathé Distribution	2	5

Source : CNC

Les sociétés de distribution françaises *EuropaCorp Distribution*, *StudioCanal* et *SND* se situent respectivement en 6^{ème}, 7^{ème} et 8^{ème} positions, ayant chacune une part de marché avoisinant 3%. *Pathé Distribution* avec une part de marché de 2% est en 10^{ème} position. Au total, les sociétés de distribution françaises ont distribué 28 films d'animation entre 2008 et 2017, soit 20% des 138 films distribués par le TOP 10 des distributeurs au niveau mondial.

Ce dynamisme du marché mondial et européen de l'animation s'explique également par le **nombre grandissant de chaînes de télévision pour la jeunesse**. Ainsi, selon les estimations de la fédération européenne *Cartoon*, il existe, en Europe, **332 chaînes jeunesse en 2018** contre 275 en 2010, 64 en 2000 et seulement 1 en 1990.



**Marc
Vandeweyer**

L'origine de l'Association *Cartoon* ?

A la base, c'est la Commission Européenne qui voulait lancer son Programme MEDIA (Mesure d'Encouragements pour le Développement des Industries Audiovisuelles). L'objectif était de faire comprendre qu'il ne fallait non plus réfléchir au niveau d'un pays mais au niveau du grand marché européen. Grâce à la Commission Européenne, au programme MEDIA et à ce que nous

avons tous construit avec les producteurs, on a poussé toute la qualité des dessins animés mondiaux vers le haut. Pendant deux ans, je suis allé voir tous les studios en Europe, pour répertorier leurs activités et les actions prioritaires à mettre en place. On a proposé un plan à la Commission Européenne qui l'a accepté.

Cartoon au quotidien ?

Nous proposons des **pitchs de projet** depuis 30 ans, maintenant tout le monde le fait. Le principe : c'est qu'une équipe créative propose un projet. Pourquoi ? Parce qu'avant de commencer *Cartoon*, il n'y avait pas de système, de stands européens, etc. Les studios étaient toujours perdus avec leurs projets, ils devaient rencontrer les gens un par un. Avec *Cartoon*, nous vou-

On a poussé la qualité
de tous les dessins
animés dans le monde
vers le haut

lions amener toutes les personnes intéressées autour d'une même table. L'objectif était d'accélérer le montage financier qui prenait trop de

temps. Avec le système de forum, nous avons réussi à avoir un système très sain, très salubre, très dynamique, très énergisant.

Aujourd'hui, on a : *Cartoon Movies* pour le long métrage, *Cartoon Forum* pour les séries TV, *Cartoon Digital* pour les écrans connectés, *Cartoon Business* pour le montage financier, *Cartoon 360* pour les projets de transmédia, *Cartoon Springboard* pour l'émergence de jeunes talents européens, et *Cartoon Connexion* pour faire des coproductions à l'international (surtout avec le Canada et la Corée).

L'importance de la coproduction à l'échelle européenne

L'animation est aujourd'hui le secteur qui coproduit le plus. C'est plus facile de coproduire en animation qu'en fiction au niveau des langues, des acteurs, etc. Pour l'animation, c'est plus international. On peut vraiment travailler



avec des studios différents sur un même projet. Aujourd'hui on parle de coproduction de manière fière et on peut l'être.

C'est une manière de trouver du financement plus rapidement, d'accélérer les choses. Ce que j'avais aussi dit à l'époque : c'est qu'un studio met trois ans pour fabriquer une série, mais trois studios peuvent le faire en un an. On y est avec les nouvelles technologies, etc.

Les faiblesses du marché européen : le marketing et l'absence de séries pour les adolescents et jeunes adultes

Il faut le clamer fort, les longs métrages européens ont plus d'audace en matière de contenus et de graphisme et sont au moins aussi bons que les Disney. Il y a des sujets qui sont incroyables avec des contenus humanistes et contemporains qui sont vraiment abordés. Il faut être fier.

Mais ce qui manque, c'est que le grand public le sache. Pendant les 10 premières années, on avait le temps de laisser fonctionner le bouche-à-oreille (comme *Kirikou*, *les Triplettes de Belleville*) mais maintenant, on n'a plus le temps. On est obligé de se battre avec les seules armes possibles qui sont le marketing et la promotion.

Les succès de certains films américains reposent uniquement sur l'argent mis pour leur campagne publicitaire. Il faut accepter ce fait et se battre avec les mêmes armes pour valoriser nos œuvres européennes qui sont tout autant qualitatives que celles outre-Atlantique. Le prochain challenge pour l'animation européenne est, donc, d'intégrer le marketing.

Autre faiblesse, il y a peu de programmes d'animation pour adultes ou pour adolescents sur les chaînes de télévision, ce qui est une grosse erreur. Les adolescents se disent que les dessins animés sont faits pour les tous petits. Mais les jeunes adultes reviennent à ce format parce qu'ils ont été baignés dedans plus jeunes. Les diffuseurs sont beaucoup trop frileux par rapport à ces programmes, ils risquent de perdre leurs spectateurs. Il y a eu des tentatives, mais maintenant, ils mettent ce type de contenus uniquement sur internet.

L'importance du transmédia

Le *Cartoon 360* à Lille a pour objectif de faire progresser les gens de l'animation vers le transmédia qui articule un univers narratif original sur différents médias. Cet univers est diffusé sur différents supports (télévision, Internet, radio, édition, art

urbain, etc.) qui apportent, grâce à leur spécificité d'usage et leur capacité technologique, un regard complémentaire sur l'histoire.

Ce sont les diffuseurs qui le demandent. Il faut alors concevoir le projet de manière globale et pas uniquement de l'animation. On essaye notamment de faire des passerelles avec le jeu vidéo, parce que ce sont des logiciels presque semblables.

Chez les majors, ils intègrent tout dès le début de la création. Mais quand ce sont des indépendants, c'est plus compliqué. Je pense qu'ils ont tous un peu trop de travail, qu'ils ne prennent pas le temps nécessaire. Pourtant, c'est un enjeu essentiel aujourd'hui.

Créée en 1998, **Cartoon** est une association internationale à but non lucratif. Son objectif est de soutenir l'industrie de l'animation en organisant plusieurs types d'événements dédiés aux professionnels de l'animation.

Av. Huart Hamoir 105 -
1030 Brussels - Belgium

<http://www.cartoon-media.eu/>



LES CHIFFRES CLÉS DE L'ANIMATION EN FRANCE

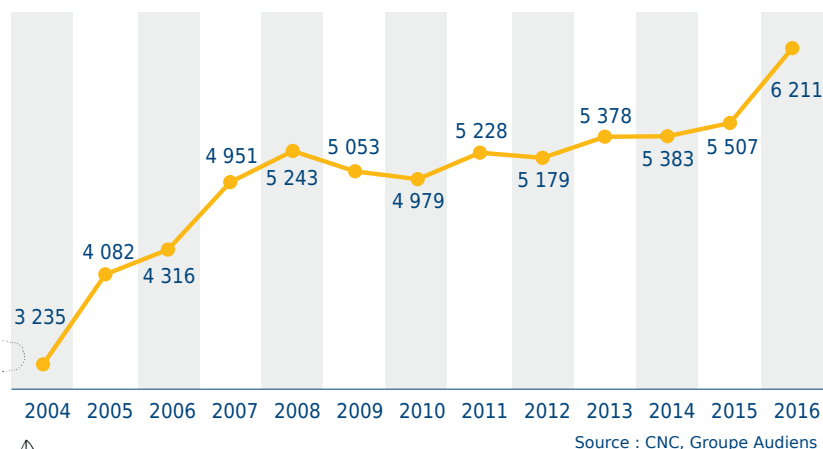
Chaque année, le CNC (Centre National du Cinéma et de l'Image Animée) publie les chiffres clés du marché de l'animation en France qui permettent d'avoir une information très précise sur la production et la diffusion des œuvres d'animation. L'édition 2017 est d'autant plus intéressante qu'elle propose des données sur dix ans.

Un secteur créateur d'emplois

L'animation est un secteur créateur d'emplois. En 2016, le secteur de l'animation et d'effets visuels représentait plus de 6 200 salariés, avec une création de plus de 2 000 emplois en 10 ans. Il est important de noter que le recours aux CDD d'usage (CDDU) est très fréquent. Ainsi, environ 86% des salariés du secteur sont des intermittents.

Le secteur de l'animation est particulièrement concentré dans la région parisienne qui représente 81% de la masse salariale. Cependant, il se développe dans de nombreux départements, notamment dans le Nord, l'Hérault, la Drôme et la Charente. Ces départements ont vu leur nombre de studios multiplié par 3.

Emploi dans le secteur de la production d'animation et d'effets visuels

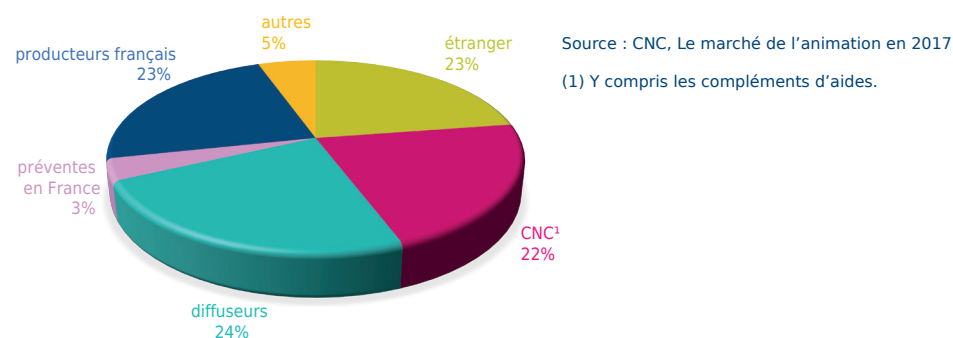


La production française d'audiovisuelle d'animation

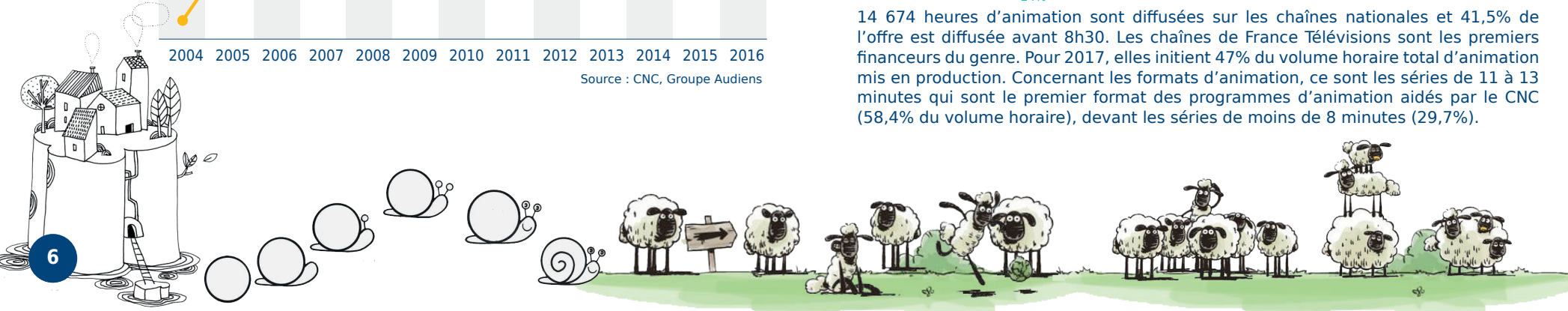
Entre 2008 et 2017, le volume annuel moyen de production audiovisuelle d'animation (plus précisément la production dédiée en majeure partie pour les télévisions) s'établit à 319 heures produites. Le devis de ces productions s'élève à 203 millions d'euros en moyenne par an.

Le financement des œuvres audiovisuelles d'animation se répartit de la manière suivante en 2017 : les diffuseurs, les producteurs français et le CNC représentent respectivement 23,7%, 23% et 21,7%. Les financements étrangers interviennent à hauteur de 22,6%.

Financement des productions audiovisuelles (% en 2017)



14 674 heures d'animation sont diffusées sur les chaînes nationales et 41,5% de l'offre est diffusée avant 8h30. Les chaînes de France Télévisions sont les premiers financeurs du genre. Pour 2017, elles initient 47% du volume horaire total d'animation mis en production. Concernant les formats d'animation, ce sont les séries de 11 à 13 minutes qui sont le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (58,4% du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes (29,7%).



La production française de longs métrages d'animation

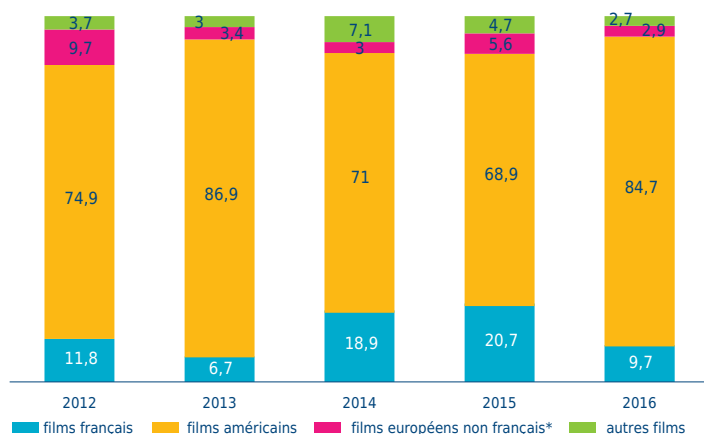
79 films d'animation ont fait l'objet d'une sortie en salle de cinéma entre 2008 et 2017, soit aux alentours de 3% de l'ensemble des films, tous genres confondus. Un pic a été observé en 2012 avec 12 films cette année-là.

L'ensemble de ces films représente un total de devis estimé à 836 millions d'euros sur la période 2008-2017, soit 6,5% des investissements réalisés dans la production cinématographique française sur la période. En effet, la production de films d'animation est plus coûteuse que celle de films de fiction : le devis moyen des films d'animation atteint 10,6 millions d'euros entre 2008 et 2017 alors qu'il ne s'élève qu'à 5,3 millions d'euros pour un film de fiction et 0,9 million d'euros pour un documentaire.

Les records ont été atteints par deux films d'animation produits par Luc Besson : *Arthur et la guerre des deux mondes* (avec un devis de 68,8 millions d'euros en 2008) et *Arthur et la vengeance de Maltazard* (63,2 millions d'euros en 2008), suivi de près par *Le Petit Prince* de Mark Osborne (59,6 millions d'euros en 2013).

Sur la période 2013-2017, la première source de financement sont les producteurs (26% du total des coûts de production), suivi des mandats (salle, vidéo et étranger) avec 20%).

Répartition des investissements publicitaires selon la nationalité des films d'animation (%)

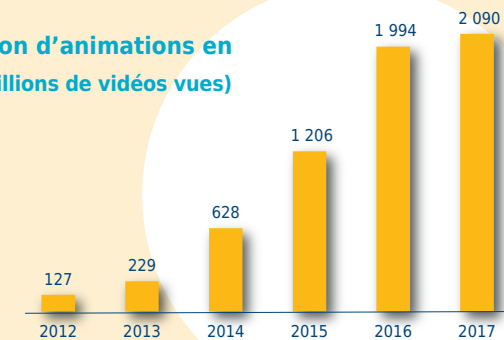


Comme le souligne Marc Vandeweyer, les budgets marketing et promotionnels sont très inégaux de part et d'autre de l'Atlantique.

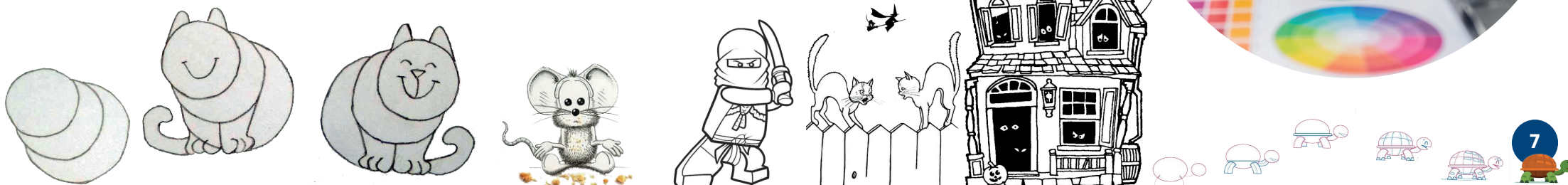
UNE EXPLOSION DE LA CONSOMMATION DÉLINÉARISÉE

En 2017, 25,4% de la consommation totale de télévision en ligne était réalisée par les programmes jeunesse (animation et autres programmes), soit 2,1 milliards de vidéos vues. La consommation de programmes d'animation en télévision de rattrapage a été multipliée par plus de 3 entre 2014 et 2017.

Consommation d'animations en télévision en ligne (millions de vidéos vues)



Source : CNC, Le marché de l'animation en 2017.





**Philippe
Alessandri**

Le SPFA ?

Le syndicat a été créé il y a 30 ans, lorsque les pouvoirs publics français et le Ministre de la Culture de l'époque, Jack Lang, ont décidé à travers le « plan images » de soutenir l'animation française, qui était extrêmement embryonnaire, avec la mise en place d'un soutien particulier du CNC pour la production de programmes jeunesse. Il y avait déjà eu quelques réalisations remarquables mais peu nombreuses (Albert Barillé avec les séries *Il était une fois...*, ou

Jean Chalopin avec *Ulysse 31* ou *Inspecteur Gadget*).

Le syndicat vise à soutenir tous les producteurs indépendants de dessins animés dans les relations avec les chaînes de télévision françaises et étrangères puisqu'il y a un rapport de force qui est extrêmement déséquilibré. En France, nous avons une cinquantaine d'adhérents au SPFA, ce qui représente 80% du tissu des producteurs, et en face il y a 5 ou 6 clients/chaînes de télévision. Le syndicat agit aussi dans le domaine de la formation et négocie la convention collective du secteur.

Votre regard sur l'animation française ?

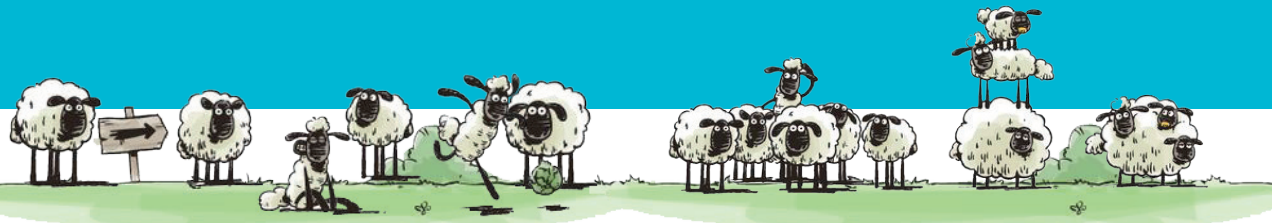
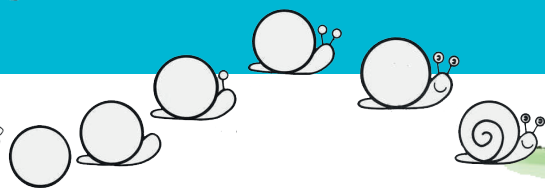
L'animation française se porte bien en ce qui concerne la série pour la télévision avec une position de leader en Europe, un volume élevé de production et des séries de très grande qualité exportées à l'étranger. Cependant, on reste en-

Depuis 2015, l'animation française a démontré sa capacité à créer de l'emploi jeune et qualifié

core des « petits joueurs » au niveau cinéma d'animation pour le cinéma. La qualité et l'ori-

ginalité des films français est reconnue, à mi-chemin entre films commerciaux et films d'auteur. En revanche, on réalise ces longs métrages avec de petits budgets, généralement moins de 10 millions d'euros, quand les Américains affichent des budgets au-delà de 100 millions d'euros : on ne joue pas du tout dans la même cour. Depuis 2015, la France a réussi à démontrer sa capacité à créer de l'emploi jeune et qualifié dans ce secteur par un mouvement de relocalisation lié à deux phénomènes :

- Une hausse de productivité grâce à la qualité de la formation et à l'innovation technologique avec les logiciels d'animation 2D numérique ;
- La mise en place d'un crédit d'impôt et une réforme du compte de soutien CNC qui aide les producteurs qui font l'effort de relocaliser la fabrication en France.



En matière d'emploi, il y a encore beaucoup de potentiel. Aujourd'hui on est à plus de 6 000 emplois avec une marge de progression. Le besoin de main-d'œuvre qualifiée en animation est fort à l'échelle mondiale puisque l'image animée est présente partout : dans le cinéma, la publicité, l'architecture, l'imagerie médicale. Personne n'avait anticipé une telle demande.

« La French Touch », c'est quoi pour vous ?

C'est très difficile de définir la « French Touch ». Elle est plus prégnante dans le long métrage que dans la série où les producteurs français répondent à une demande internationale pour pouvoir vendre leur série dans le monde entier. Néanmoins, je pense que nous avons une façon un peu différente de raconter les histoires en étant peut-être moins manichéens. On est à la recherche de sens quand les Américains privilégient le divertissement. La différence est plus palpable dans le long métrage. Les films américains ont des styles graphiques assez proches tandis que les films français offrent une palette graphique beaucoup plus large avec notamment des illustrateurs issus de l'édition. On n'hésite pas à présenter des films plus singuliers portés par des histoires un peu moins convenues et moins prédictibles.

Quelle concurrence en Europe ?

Le Royaume-Uni est un concurrent sérieux qui bénéficie à la fois d'un service public puissant – la BBC investit beaucoup plus que France Télévisions dans les programmes pour les enfants – mais aussi de la présence des chaînes américaines à Londres (Turner, Viacom, Disney) et de la proximité linguistique et culturelle avec les majors américaines.

Les tendances à venir ?

On voit se développer de plus en plus l'hybride (des acteurs dans un monde animé par exemple) qui étaient très coûteux et très complexes à produire il y a encore quelques années. Ce genre est à présent accessible pour des budgets de séries télévisées.

La prochaine tendance sera, j'imagine, la réalité virtuelle puisqu'il y a un nouveau loisir qui se développe avec cette expérience immersive. Dans ce type d'expérience, il faut créer des mondes et les techniques d'animation sont évidemment très utilisées.

Il y a aussi l'animation qui envahit de plus en plus le monde de la prise de vue réelle car l'image animée revient moins cher que les effets spéciaux traditionnels. Il y a aussi de plus en plus de films en prise de vue réelle dont les décors sont réa-

lisés en animation 3D parce qu'ils sont plus spectaculaires et moins coûteux à dessiner qu'à construire.

Un enjeu : le développement du licensing et du merchandising ?

L'animation a un gros avantage par rapport à d'autres genres audiovisuels, elle permet plus facilement le développement du merchandising. Les chaînes de télévision ont pu se montrer réticentes par le passé mais elles ont pris conscience qu'il était intéressant de prolonger l'univers et le plaisir de l'enfant à travers une gamme de produits qualitatifs. C'est un domaine dans lequel les producteurs français ont une marge de progression importante.

Le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation (SPFA) est la seule organisation patronale de la filière animation. Son rôle est de soutenir et promouvoir les intérêts de l'ensemble des entreprises françaises participant à la filière de création des œuvres d'animation.

5, rue Cernuschi - 75017 Paris

<http://www.animation-france.fr/accueil.html>



LES CHIFFRES CLÉS DE L'ANIMATION DANS LES HAUTS-DE-FRANCE

Aujourd'hui, la région Hauts-de-France occupe une place importante dans la filière de l'animation française (environ 15% de la production nationale) grâce à un engagement sur le long terme des acteurs du développement artistique et économique, dans ce domaine (avec la création, dès 1985, du *Centre Régional des Ressources Audiovisuelles* qui, en fusionnant avec le *Pôle Images*, a donné naissance à *Pictanovo* en 2013).

À cela, s'ajoutent une situation géographique au cœur de l'Europe du Nord-Ouest, facilitant les coopérations transfrontalières, la présence d'une dizaine de studios très dynamiques et reconnus pour leur savoir-faire ainsi que des écoles de renommée internationale comme *Rubika* à Valenciennes ou l'*ESAAT* à Roubaix.

Pictanovo et la région Hauts-de-France ont une ambition : être une région de référence pour la création audiovisuelle sous toutes ses formes. Avant 2017, *Pictanovo* consacrait 495 000 euros par an à l'aide à la création animée. Les retombées économiques sont très importantes, estimées à 5 660 155 euros en 2017. Depuis 2017, ce sont 2,2 millions euros, soit un budget quatre fois supérieur, qui sont consacrés à l'aide à la création animée. À cela, s'ajoute l'organisation de nombreux événements professionnels en région :

- **Cartoon 360** est un événement européen de pitches de projets d'animation transmedia. Des experts européens conseillent et accompagnent les sélectionnés dans leur stratégie (financement, outils, connaissances, etc.). Il a eu lieu à Lille les 28, 29 et 30 mai 2018.
- **Cartoon Springboard** est un événement de pitches de projets de séries, spéciaux télévisés, de longs métrages ou projets transmédia pour les jeunes talents européens en fin d'études en animation. Les sélectionnés sont parrainés et accompagnés par des experts dans leur stratégie. Il aura lieu à Valenciennes du 4 au 6 décembre 2018.
- **Les Emile Awards** sont une cérémonie annuelle, organisée par l'Association European Animation Awards en partenariat avec *Pictanovo* et la région Hauts-de-France en 2017 et en 2018. Ils récompensent l'excellence et la diversité de l'animation européenne. Ils auront lieu à Lille le 8 décembre 2018.

les aides régionales dans le domaine de l'animation

Les aides sélectives au court métrage : l'aide à la production de court métrage est indispensable pour favoriser le renouvellement des talents. En 2017, 6 projets d'animation ont été soutenus (sur 16 projets aidés), représentant un montant de 150 000 euros.

Les aides sélectives à l'écriture et au développement

L'aide sélective au long métrage est importante puisque le long métrage est la vitrine de la création audiovisuelle et reste l'écriture majeure qui permet les plus grandes audaces et qui génère le plus grand rayonnement international. En 2017, il y a eu une aide à l'écriture de long métrage en animation (sur 6 films soutenus). 3 séries d'animation (sur 4 séries) ont été soutenues avec l'aide à l'écriture et au développement de fiction télévisée.

Les aides sélectives à la production de séries d'animation

Fabriquées sur des cycles de 4 ans, les séries télévisées d'animation permettent d'ancrer l'activité entrepreneuriale et de la consolider dans la perspective de développer son chiffre d'affaires. Passer de 6 projets à 10 par an tout en augmentant le niveau d'intervention (200 000 euros par série) a permis d'agir concrètement pour fixer les jeunes issus des formations régionales sur le territoire régional et pour attirer d'autres entreprises complétant la chaîne de valeur, notamment en post-production. Pour réaliser cette proposition, un jury spécifique a été mis en place. Dans cette catégorie, 10 projets ont été déposés et 10 soutenus soit un taux de sélectivité de 100%. 3 projets ont été présentés par des studios de la région.



LES MÉTIERS EN TENSION DANS LA FILIÈRE ANIMATION

Tous les acteurs interrogés dans le cadre de cette étude ont mis en lumière les fortes tensions sur les métiers de l'animation au vu du dynamisme de l'activité du secteur. L'arrivée de nouveaux studios ou la mise en production de projets importants sur un même territoire provoquent une concurrence entre les studios pour recruter du personnel. Le rapatriement récent des projets en France a entraîné un besoin important en animateurs.

Par ailleurs, les entreprises déplorent une formation initiale jugée parfois trop théorique nécessitant, par la suite, une adaptation au poste plus longue. La carence en personnel encadrant devient problématique car suivre un projet efficacement nécessite que les écoles de formation forment également à la supervision d'équipe et de projet. Enfin, il est à noter que les plus grandes entités organisent des parcours de formation spécifiques pour contrer ces difficultés.

27,7%
des salariés
du secteur sont
des animateurs 2D ou 3D

Le TOP 3 des critères de recrutement :

1. Les expériences passées
2. Le book
3. Les tests techniques ou artistiques

Les principaux métiers difficiles à recruter sur l'ensemble du secteur :

- Animateur 2D
- Storyboarder
- Animateur 3D
- Métiers de la production
- Builder/Rigger

Source : étude sur l'identification des besoins en compétences et en formation des studios, Kyu Lab, juin 2018.

Les principaux métiers en tension dans la filière sont :



1. L'animateur 2D qui donne du mouvement aux personnages, accessoires et éléments du décor à partir des poses faites par les builders.



2. L'animateur 3D qui donne du mouvement aux personnages et aux accessoires à partir des éléments construits par les riggers.



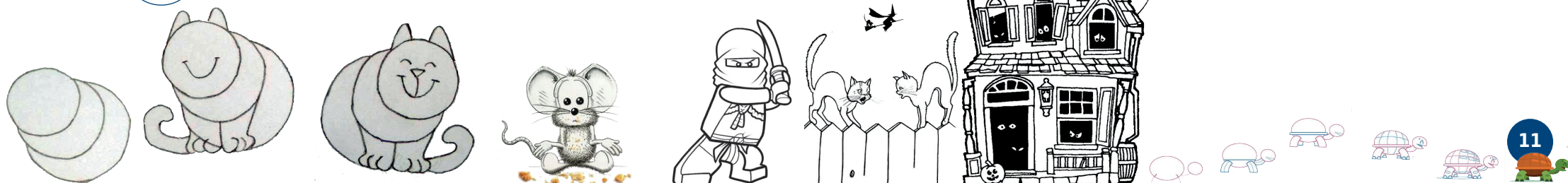
3. Le storyboarder qui met le scénario en images et établit un premier travail de mise en scène du film. Le storyboard est le document de travail central pour la suite de la production.



4. Les encadrants (leads, superviseurs, directeurs de production, CG Sup, etc.) sont chargés de répartir le travail entre les membres d'une équipe d'opérationnels (animateurs, layoutmen, etc.), d'encadrer cette équipe et de vérifier leur travail.



5. Le rigger et le builder construisent le squelette des props et des personnages et placent les crochets permettant aux animateurs d'avoir le contrôle sur ces éléments. Le rigger qui intervient dans les films 3D a un profil plus technique que le builder travaillant pour des projets 2D.





Mickaël

Carton

&



Nicolas

Dufresne

Votre parcours ?

Mickaël Carton : Après des études à l'Université de Paris 8 en cinéma et audiovisuel, j'ai travaillé pendant 6 ans à *Ankama Animation* à Roubaix puis j'ai eu envie de nouveautés. Nous avons alors décidé de monter une société de production avec Nicolas qui était aussi passé par *Ankama* et qui était parti deux ans avant moi pour se mettre à son compte. Aujourd'hui, j'enseigne aussi à *Rubika* le suivi de production.

Nicolas Dufresne :

j'ai étudié dans différents endroits, notamment *Rubika*. Je suis ensuite revenu travailler dans le Nord chez *Ankama*, j'y avais des amis, je m'y suis fait rapidement un réseau. J'y suis resté six ans dont une année à temps partiel parce que je voulais travailler en tant que réalisateur indépendant. Comme Mickaël avait décidé de quitter *Ankama*, c'était le moment où nous pouvions réaliser quelque chose parce que nous avons la même vision des choses. Nous nous sommes basés sur ce que j'avais fait en indépendant, cela a fluidifié les choses. J'enseigne aussi à *Rubika*.

Quel statut pour votre studio ?

MC : Nous avons créé le studio en juillet 2016 sous format de coopérative. Ce statut est important pour nous

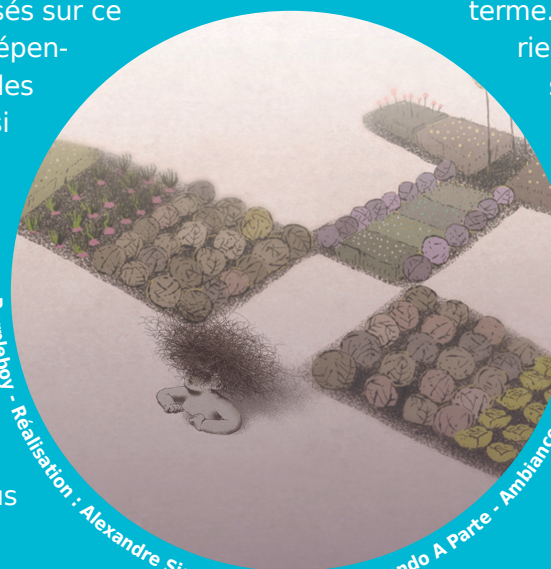
“ Le statut de coopérative, c'est important, c'est une démarche éthique de notre part ”

parce qu'il est assez rare dans notre domaine. C'est vraiment une démarche éthique de notre part et nous ne vou-

lions pas d'autre forme juridique. Ce sont de vraies convictions politiques, c'est vraiment une vision différente de l'organisation du travail et de la hiérarchie avec la volonté d'un fonctionnement plus démocratique, plus humain, plus horizontal et plus égalitaire.

Nous ne sommes que deux, mais nous avons posé les bases pour grandir comme il faut, dans une perspective de moyen terme. Au vu de nos expériences passées, nous pen-

sions que cela peut vraiment aider à ce que les futurs salariés s'investissent dans les projets, à ne pas les faire se sentir juste « simples salariés ». S'ils le souhaitent, ils pourront faire partie de la coopérative. Nous sommes très axés sur



Purplebox

- Réalisation : Alexandre Siqueira

- Production : Bando A Parte

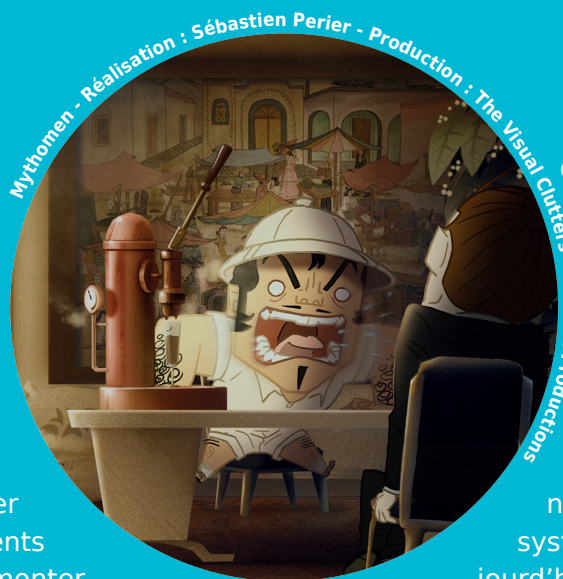
asbl - Rainbox Productions

ND : Avant de créer la boîte, je développais un petit logiciel d'animation que je distribuais gratuitement sous licence libre. Nous avons repris le développement de ce que je faisais, c'est toujours libre, toujours gratuit. Nous le finançons comme nous pouvons, avec du crowdfunding, des dons ou de manière un peu alternative. C'est quelque chose qui est vraiment important pour nous : cette idée de ne pas faire concurrence aux voisins, nous ne sommes pas du tout dans ce schéma-là, nous faisons des outils et nous les donnons aux autres, parce que ce que nous voulons, c'est faire les films qui nous plaisent.

La coopérative *Rainbox* est dédiée à la production et la réalisation de fictions d'animation (courts et longs métrages, séries). Mickaël Carton se charge des aspects de la production (trouver des financements) et Nicolas Dufresne s'occupe de la fabrication. Parmi les projets dans les cartons, il y a *Purpleboy*, un court métrage en 2D, coproduit avec des financements belges

Vos difficultés ?

Monter des projets et des dossiers prend beaucoup de temps. Entre le moment où le projet démarre et le moment où nous rencontrons un auteur (ou, que nous-même, nous développons un projet), en comptant le temps de l'écriture, de monter les dossiers, de rencontrer les partenaires, de trouver des financements,



Productions

Nous sommes une jeune société donc il faut aussi que nous comprenions comment tout fonctionne, notamment les ficelles des systèmes de production. Aujourd'hui, il y des aides automatiques pour les producteurs qui ont déjà produit. C'est plus simple de présenter des dossiers pour les gens qui sont déjà dans le circuit. Quand nous avons monté le studio, nous nous sommes rendu compte qu'il n'y avait pas grand-chose pour les nouveaux arrivants. On attend de nous que nous fassions nos preuves. La seule aide que nous avons obtenue est un prêt d'honneur à taux zéro lors de la création de la coopérative.

Address
2 Cour F
59230 Saint-Am

Adresse :

2 Cour Fouret
59230 Saint-Amand-Les-Eaux

<https://rainboxprod.coop/fr/>

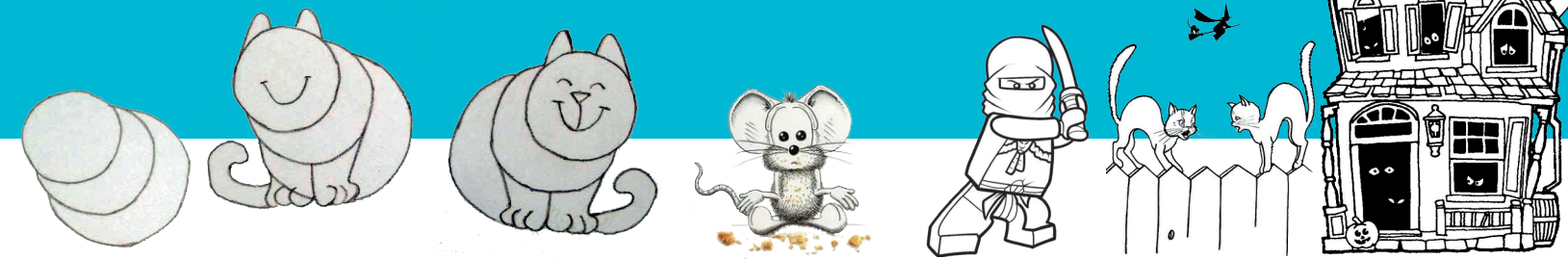
Longs-courts métrages

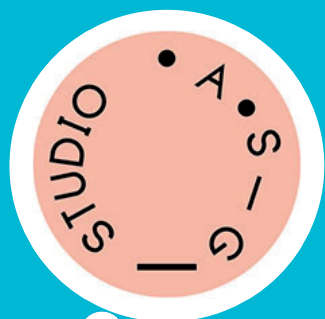
Court métrage en production :

Purpleboy,

Long métrage en développement :
*Mythomen****

<https://rainboxprod.coop/fr/#ourfilms>***





Aurélie Steunou-Guégan

Votre parcours avant la création du studio ?

Je viens de Bretagne. J'ai fait une double licence Arts Plastiques et Esthétique, un Master 1 d'histoire culturelle puis un Master 2 professionnel en conduite de projets culturels. Maintenant, cela fait 10 ans que je travaille dans des structures culturelles, comme chargée de production. Pendant 5 années, j'ai été directrice du pôle audiovisuel du studio *Tralalere*. L'année dernière, j'ai obtenu un visa Vacances & Travail pour le Japon, et j'avais aussi envie de monter ma société. Le Japon, c'était un entre-deux : personnel mais aussi pour découvrir, entre autres, le monde de l'animation, qui est un secteur très dynamique et complémentaire par rapport à ce que nous faisons en France.

Les débuts d'ASG-STUDIO ?

Avant de partir au Japon en septembre 2017, j'avais fait toutes les démarches administratives pour monter *ASG-STUDIO* en SARL et ainsi pou-

voir commencer à travailler à distance et ne pas rentrer en devant tout créer. J'ai commencé réellement à travailler pour *ASG-STUDIO* en janvier 2018, c'est très récent. Cette année, j'ai deux associées : Emilie Parisot, gérante associée et Marion Simonot, administratrice de production. Ce sont des profils complémentaires, solides pour renforcer la team active.

Chez *ASG-STUDIO*, il y aussi deux business Angels, des actionnaires : une personne qui est attachée d'administration à la Ville de Paris et une autre qui est auto-entrepreneuse dans le consulting et une dernière qui est VP Finance, CFO Petcare Latin America (groupe Mars), aux Etats-Unis. Ce sont des personnes qui ne sont pas dans mon domaine par choix délibéré, dans l'idée de pouvoir éventuellement élargir mon potentiel de clientèle ou d'avoir accès à un réseau qui n'est pas le mien.

J'ai choisi de m'implanter à la *Plaine Images* car j'avais déjà un bureau là-bas quand je travaillais chez *Tralalere*. Cela m'a paru complètement logique de continuer parce

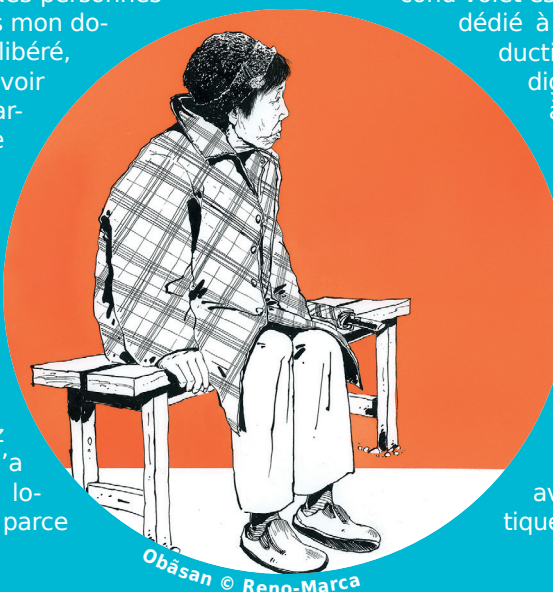
« Nous faisons des projets variés avec un côté décalé, poétique ou artistique »

que j'avais rencontré du monde et je trouve que c'est un lieu et une région dynamique, et pas seulement en termes de financements.

Pouvez-vous nous parler de vos projets ?

En ce qui concerne nos projets, il y a deux volets. Le premier est le pôle « production audiovisuelle », où nous avons en développement un court métrage en animation 2D *Obāsan* (grand-mère en japonais). Nous avons trois courts métrages au catalogue : l'un d'un jeune réalisateur japonais Koei Taga *Numbness*, et deux autres *En Chantier* et *Un Chemin* de Julie Grossetête. Nous avons aussi un documentaire en développement : *Ailleurs, la mort* pour aborder la question des rites funéraires dans plusieurs pays. Le second volet est le pôle « ingénierie culturelle » dédié à la prestation de services (production d'outils de communication, digitaux, accompagnement appels à projets et appels d'offres, etc).

Nous avons un public très diversifié, plutôt famille ou adulte. On ne fait pas de programme de divertissement ou jeunesse. On traite plutôt de sujets de société avec un autre regard, pour essayer de faire réfléchir sur des sujets qui touchent tout le monde. Nous cherchons vraiment à faire des projets variés avec toujours un côté décalé, poétique ou artistique.



Small is beautiful ?

Je resterai prudente sur la taille du studio. Je n'imaginerai pas avoir un bureau physique, je ne crois plus à cette forme de travail. L'idée n'est pas de devenir une grande structure mais de fonctionner en mode projets et d'attirer un vivier de solides talents qui ne soient pas situés seulement en région. Par exemple, nous avons produit un outil pour l'ANPAA Auvergne Rhône-Alpes avec une équipe diversifiée : une personne dans le Nord, une à Paris, une au Canada, une à Tel-Aviv et une au Japon. Nous avons prouvé que, quand nous nous connaissons, nous pouvons travailler ensemble même avec des équipes artistiques qui ne sont pas proches géographiquement. Même si cette méthode ne peut pas fonctionner sur tout, tout le temps, cette manière de travailler permet d'obtenir des créations de qualité, intéressantes et plus hybrides.

Nous ne sommes pas du tout frileux par rapport aux coproductions en France ou à l'étranger. Nous essayons de nous ouvrir. *ASG-STUDIO* est « un bébé » par rapport à d'autres studios, nous cherchons souvent à nous associer pour apprendre, partager, afin qu'il y ait du donant-donnant, et pour apporter de la fraîcheur ou de nouvelles idées.

Comment jugez-vous le secteur de l'animation en région et en France ?

La région est très dynamique dans le secteur de l'animation. Nous sentons que nous avons été entendus, que ce n'est pas « juste pour faire de l'art », les enjeux en matière d'emplois, de retombées économiques et d'attractivité sont importants. A l'échelle du marché français de

l'animation, selon mon expérience de plusieurs mois au Japon, je peux dire qu'il y a par exemple un grand respect mutuel. Les japonais que j'ai pu rencontrer semblent toujours impressionnés et intéressés par nos productions, les enseignements offerts dans nos écoles spécialisées ou encore notre savoir-faire.

Au niveau du financement, au Japon, il n'y a pas d'aides, il faut souvent trouver un diffuseur et des financements privés. En France, je pense qu'il est important que nous puissions toujours bénéficier de ces aides publiques présentes à différentes échelles. Mais quand on commence, on sent bien qu'il faudrait déjà avoir des films au catalogue avant d'espérer obtenir quelque chose. L'attribution des subventions est toujours un peu opaque, c'est un peu dommage.

Quelles pistes souhaitez-vous développer ?

Ce qui nous manque en France, c'est une ouverture d'esprit dans notre relation à la culture. Par exemple, nous sommes mauvais sur les produits dérivés, là où le Japon est performant, il n'y a jamais ou très rarement de sortie de dessin animé sans une stratégie pensée, bien en amont de la production, concernant les produits dérivés et leurs retombées économiques. C'est un vrai souci en France parce qu'on ne



s'en sort déjà plus depuis un moment avec la seule diffusion via une chaîne de télévision et des aides publiques en écriture ou/et production. Il faut montrer que les produits dérivés sont possibles ; faciliter, communiquer aux entreprises et simplifier les conventions de partenariat ou des ventes de droits de diffusion pour des marques ciblées qui font écho aux projets, quelle que soit la taille des studios et entreprises. Ce sont peut-être des pistes qui pourraient donner un coup d'élan, un souffle nouveau au secteur.

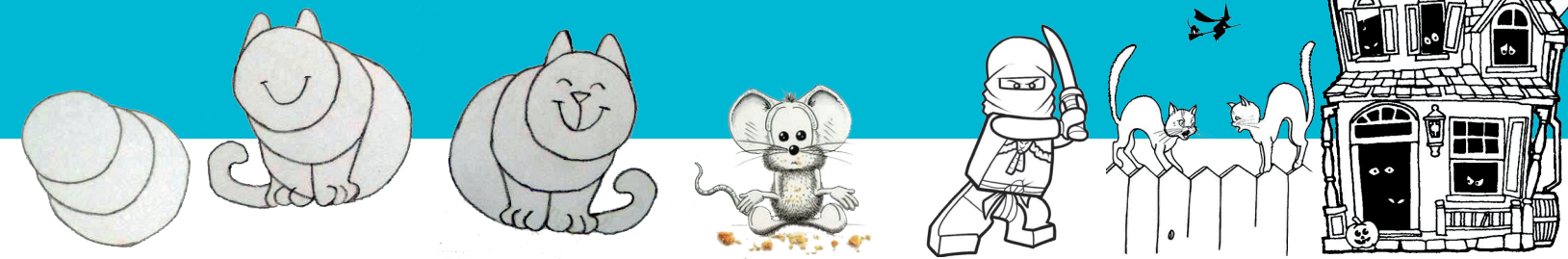
En France, nous ne concevons pas ou difficilement que la culture puisse se retrouver dans les supermarchés. Mais il y a un juste milieu à trouver. Cela vient aussi en partie de l'apprentissage dans nos cursus, on nous parle de politiques culturelles, de subventions mais le côté mécénat d'entreprise, de particulier, de compétences, en nature ou sponsor existe, mais trop souvent abordé à demi-mot. Il faudrait qu'il y ait un appui politique incitant et montrant qu'il est possible et cela de façon mesurée et réfléchie.

Adresse :

Plaine Images
99A Boulevard Constantin Descat
59200 Tourcoing

<http://www.asg-studio.com/>

**Productions audiovisuelles
en développement & catalogue :**
*Obāsan, Ailleurs, la mort &
En chemin, En Chantier, Numbness*





Fabienne Giezendanner

Pourquoi Lille ?

Originaire de Franche-Comté, j'ai fait des études de cinéma à Paris 8 et j'ai commencé très jeune (21 ans) à faire des courts métrages en 35 millimètres, puis j'ai passé un DESS multimédia vers l'âge de 30 ans. Je vivais à Paris et j'ai décidé de venir dans le Nord par choix. A mon arrivée, j'ai vu que la filière animation était très dynamique. Il y avait un réseautage très facile via des associations contrairement à Paris. Le Nord m'a donc apparu comme une

cour de ré-
création très
sympathique
où on pouvait
facilement
créer des

liens et trouver des collaborateurs. *Zéro de Conduite Productions* compte à ce jour cinq associés qui ont tous des rôles complémentaires au sein de l'entreprise.

Pourquoi le nom « *Zéro de Conduite Productions* » ?

Le nom « *Zéro de Conduite Productions* » vient du film de Jean Vigo de 1932 qui montre une rébellion contre l'autorité dans un pensionnat de garçons. Considéré comme un pamphlet libertaire, ce film a été interdit de projection pendant de nombreuses années, jusqu'en 1946. Jean Vigo a aussi marqué le cinéma avec une écriture forte, mélange de réalisme, de féerie et de révolte. Il filmait de manière très libre.

Par ce choix, nous voulons montrer notre liberté éditoriale et de production. Nous aimons bien chercher des formats un peu particuliers, être innovants. Nos réa-

« Nous aimons bien
chercher des formats
un peu particuliers,
être innovants »

lisations vont du film linéaire, à la web série et au film immersif et interactif pour casque de réalité virtuelle ainsi que plusieurs techniques telles que l'animation 2D/3D mais aussi la prise de vue réelle. Nous sommes passionnés, nous voulons être libres, nous faisons des films qui ne sont pas toujours faciles, qui ne sont pas très commerciaux mais nous savons pourquoi nous nous levons le matin et cela, c'est un luxe. Nos films montrent souvent une vision politique et poétique, mais jamais militante.

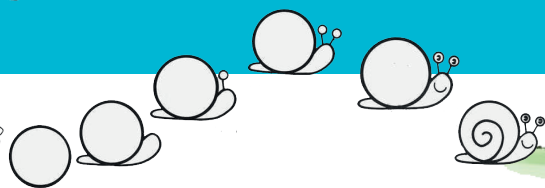
Petits mais déjà à l'international...

Au vu des budgets de production, par exemple pour un court métrage d'animation, nous travaillons beaucoup à l'international, notamment pour boucler ou renforcer le budget. Nous



Agoutro

© Zéro de conduite productions et Bando A parté - auteur David Doutel et Vasco Sà



A circular illustration of a person sitting on a riverbank at night, looking up at a starry sky with a full moon. The scene is framed by a blue border with text. The person is sitting on the left bank, looking towards the right. The river is in the foreground, and the sky is filled with stars and a large, bright moon. The text in the border reads: "Dreamin'Zone © Zéro de conduite production, Fabienne Glazen" at the top and "maître et Angélique Olivier" on the right side.

se
(sm)

quettes, etc.). On n'a pas la possibilité des films censurés n'importe

la montée en
augmentée et d
technologies r
mode d'écrit
ec des norme
de travail.



se
(sm

quettes, etc.). On a vu la qualité des films réalisés n'importe

la montée en
augmentée et d
technologies r
mode d'écrit
ec des norme
de travail.

le, notre film
Dreamin'zone
ai construit tou
s ne sommes
faire ce type
e l'histoire éla

Nous pourrions aussi y ajouter un jour des interactions avec les battements de cœur, la taille de la pupille pour être au plus près des émotions du spectateur, avoir un monde virtuel qui tout en racontant une histoire soit en symbiose avec le vécu et les émotions du spectateur, un monde qui s'accorde à ses désirs et qui reste à inventer.

Hôtel d'entreprises « Jean Renoir »
21, rue Edgar Quinet - 59200 TOURCOING

Courts métrages notables
Le Nageur, Les Gratte-ciel, Agouro, Find me in Kakuma, Bleue, Melody, Dreamin'zone, etc.





**Tanguy
de Kermel**
réalisateur

Votre parcours ?

J'ai eu la chance de faire un troisième cycle à l'École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (EnsAD) intitulé « l'Atelier d'Image et d'Informatique » (All) qui n'existe plus aujourd'hui mais qui était à l'époque quasiment la seule formation en Europe et peut-être même au monde. Nous étions

des petites promotions, d'une quinzaine de personnes.

En sortant, nous avions un boulot incroyable partout. Les gens recherchaient notre profil. J'ai débarqué là-dedans un peu par hasard parce que ma formation initiale était plutôt orientée vers le cinéma. J'avais plutôt imaginé travailler pour la télévision, le documentaire, etc.

J'ai vraiment eu cette chance d'arriver au moment où cela démarrait. J'ai tout d'abord travaillé en Allemagne puis ensuite par le biais de mes contacts, j'ai travaillé en Israël, à Montréal, un petit peu au Japon et à Londres. Puis je suis rentré à Paris pendant trois ans. C'est à ce moment que je suis devenu réalisateur, sinon je faisais beaucoup de publicités en tant que directeur artistique (design de décor et de personnages).

Mon parcours m'a permis de connaître beaucoup de monde. Mon nom circule. J'ai des gens qui m'appellent pour me proposer des projets. J'ai de la chance, je n'ai jamais eu à chercher de travail. Je n'ai

« Je voulais vraiment faire
un long métrage,
et j'y suis enfin arrivé »

pas de site Internet, c'est le bouche-à-oreille, le réseau, c'est beaucoup comme ça que ça

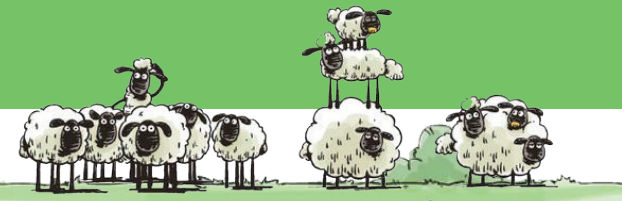
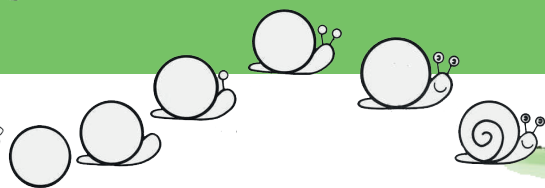
marche. Mais pour les jeunes qui arrivent aujourd'hui sur le marché, c'est différent. Ils ont tous un site Internet ou un blog où on voit leur travail.

Pourquoi Lille après cette carrière à l'international ?

Nous avons quitté Paris avec ma femme pour trouver un cadre de vie plus agréable pour nos enfants. Il nous fallait un endroit entre Paris, Bruxelles et Londres. J'ai découvert Lille et je suis tombé amoureux de la ville. C'était il y a presque 20 ans. Au bout de deux ans, j'ai vu que j'arrivais à travailler à partir de Lille et on a décidé d'y rester. La situation géographique de Lille est très pratique.

Aujourd'hui, quels sont vos projets ?

Je démarre la grande aventure du long métrage de *SamSam*. Je suis le réalisateur, c'est vraiment mon truc. J'ai une équipe de 3 personnes qui fait du développement



En parallèle, je démarre aussi la saison 3 de *SamSam*. C'est une co-production entre Bayard, Folivari, France Télévisions et Canal +. On va démarrer l'écriture prochainement, je vais essayer de la suivre tout comme la fabrication si celle-ci est suffisamment en décalé par rapport au long métrage, sinon je prendrais un co-réalisateur.

A mon avis, l'engouement pour l'animation va continuer. Il y a énormément de nouvelles plateformes de diffusion. C'est un appel à image important.

“

Pour les professionnels de l'animation, je pense que c'est très important d'être à l'international. Le conseil que je donne systématiquement, c'est de partir travailler à l'étranger. Le fait de parler anglais est très important pour pouvoir vendre ses projets dans d'autres pays.

Ziggy and The Zoo Tram.



Les Films
du Nord



**Arnaud
Demuynck**

Quel est votre parcours ?

J'ai une formation de scénariste à Bruxelles (Master Elicit ULB). Dans la dynamique audiovisuelle créée par le CRRV (aujourd'hui Pictanovo) j'ai fondé *Les Films du Nord* en 1995 à Wasquehal. J'ai réalisé en 2000 mon premier court métrage en prises de vues réelles *L'Ecluse*. Après ce film, j'ai décidé de me consacrer exclusivement à l'animation, plus proche de mon état d'esprit. J'ai réalisé et produit des films très artistiques, notamment pour les festivals. En 2005, le distributeur Les Films du Préau a l'idée de proposer aux salles de cinéma un assemblage de nos courts métrages. Il manque

en effet de longs métrages d'animation pour le jeune public. Dans ma tête de producteur, je me suis dit « il y a un marché, une demande ». Je commence à rassembler des films. J'ai alors sorti avec Gebeka Films *L'Histoire du Petit Paolo* (musiques et chansons) qui a fait un peu plus de 50 000 entrées. Ce n'étaient pas encore des courts métrages qui avaient été pensés pour être ensemble.

Vos premiers succès ?

En 2007, je deviens papa, mon univers d'auteur est « contaminé » avec bonheur par l'univers jeune public en quelques années. Ma ligne éditoriale évolue et je commence le moyen métrage *Le Parfum de la carotte* qui est sorti en salle par Gebeka en 2014 (accompagné de trois courts métrages). Ce fut un gros succès avec 200 000 entrées et des ventes dans 15 pays. Après ce succès, j'ai commencé à travailler sur une autre idée : celle de *La Chouette* du cinéma. La

« Nous avons trouvé une ligne éditoriale très particulière pour nos courts métrages »

chouette vient de l'Antiquité et elle était le symbole de la sagesse. J'ai repris ce personnage pour représenter un cinéma d'auteur pour le jeune public. La Chouette est devenue

une ambassadrice dans les salles de cinéma auprès des enfants en abordant différentes thématiques. Ce fut un succès avec 250 000 entrées pour son premier programme : *La Chouette entre veille et sommeil*. Maintenant, je la décline. J'ai sorti avec le distributeur Cinéma Public Films en deux ans trois programmes de la Chouette qui ont déjà atteint 500 000 entrées. Le prochain est prévu pour début 2019 : *Les Ritournelles de la Chouette* sur l'humilité et la simplicité, le vivre ensemble, etc. Le tout avec poésie et humour.

Votre philosophie ?

Nous rencontrons un très grand succès auprès des salles d'art et essai. En France, il y en a 1 267 dont 669 salles qui ont le label jeune public et sont très dynamiques. Il y a une forte attente de films d'auteur pour les enfants. Mais, au cinéma, nous sommes dans une drôle d'économie, ce n'est pas toujours ce qu'on peut imaginer. Parfois, il y a des grosses sorties sans recettes, alors que des petites sorties peuvent faire de vraies recettes... C'est pour cela que je



suis dans une économie sobre. Je refuse, par exemple, les gros frais de sortie.

Ce qui est important, c'est que nous faisons un travail d'éducation à l'image, le distributeur crée des dossiers pédagogiques, nous éditons des livres, etc. pour que les enfants découvrent l'art du conte et du cinéma. Cela leur permet de retraverser l'imagerie du film de manière divertissante et ludique.

Vos projets en cours ?

Nous avons trouvé une ligne éditoriale très particulière sur le court métrage, que nous sommes les seuls à développer avec autant d'intensité. Nous travaillons sur environ 15 films en même temps, entre ceux qui sont en écriture, en production et ceux qui sont en sortie salles. En ce moment, nous avons 6 programmes de courts métrages en production qui seront répartis sur 2019, 2020 et 2021. J'ai également l'espoir de sortir un long métrage, une comédie musicale *Yuku et la fleur d'Himalaya* en 2022. Nous avons eu un excellent retour de la profession et de nombreux partenaires nous font confiance, comme *Pictanovo*, dont le soutien reste pour *Les Films du Nord* fondamental.

L'avantage de la proximité avec la Belgique ?

Aujourd'hui, notre modèle économique fonctionne bien grâce aux recettes en salles. Grâce aussi aux coproductions avec la Belgique au vu de notre proximité géographique, avec parfois encore la Suisse, l'Espagne ou les Pays-Bas. J'ai aussi un avantage : je parle le néerlandais, me permettant de créer beaucoup de connexions avec les partenaires flamands, très actifs en animation.

Votre avis sur les écoles présentes en région ?

Je travaille beaucoup avec l'*ES-AAT* à Roubaix parce qu'ils ont une culture de l'image proche de la mienne, une culture très artistique plutôt qu'une démarche industrielle. Par ailleurs, cette école a créé une troisième année en alternance pour son DMA (Diplôme des Métiers d'Art) Cinéma d'Animation : les étudiants sont la moitié de leur temps en formation et l'autre en studio, ce qui leur permet d'apprendre beaucoup.

Avant, ils sortaient de l'école un peu jeunes, ils avaient encore trop à apprendre en studio. Ce DMA3 est un exemple d'efficacité dans la formation professionnelle. 100% des étudiants qui en sortent ont trouvé du travail ! C'est un modèle à suivre et à encourager ! Les écoles comme *Rubika* sont aussi de très bonnes formations mais le court métrage pour jeune public ne paraît pas assez sécurisant pour ce type de techniciens qui a besoin de rentabiliser le coût de sa formation. Ils ne viennent, donc, pas chez nous.

Vos perspectives et celles du secteur ?

« Small is beautiful » est l'un de mes principes de base. Je veux rester dans mon cœur

Le Parfum de la carotte © Les Films du Nord



de métier. Il faut rester prudent. Nous sommes sur un métier de développement artistique et trop grossir n'a pas de sens. Il faut rester proche des gens. Nous voulons rester petits pour être souples.

Au niveau des nouvelles techniques, je pense que cela évolue tout le temps. Mais, je crois que l'industrie de l'animation aurait beaucoup à gagner financièrement à développer des logiciels libres. Je trouve que les gens qui sortent des écoles devraient pouvoir travailler sur les logiciels libres. Au niveau institutionnel, on pourrait encourager les studios, les écoles et les producteurs à s'investir dedans parce que la location des logiciels représente un budget considérable. C'est pour cela que nous essayons de développer notre long métrage sur logiciel libre...

Adresse :

27 av. Jean-Lebas F- 59100 Roubaix

<http://www.lesfilmsdunord.com/>

Longs courts métrages/Programmes notables

Le Parfum de la carotte, Le Vent dans les roseaux, La Chouette entre veille et sommeil



tchack



**Matthieu
Liegeois**

Tchack a fêté ses dix ans...

Le studio a été créé fin 2007 avec 3 associés : Luciano Lepinay pour la direction artistique et les images, Armel Fortun pour la partie technique, et moi-même pour la production. Nous étions ensemble à Paris en BTS Design en Arts Appliqués. Après avoir travaillé une dizaine d'années à Paris, nous avons rejoint Luciano qui était dans la métropole lilloise et qui avait eu une proposition lui permettant de monter son entreprise.

Aujourd'hui, nous avons 2 structures : *Aluma productions*, connue sous le nom

« Nous cherchons à faire des projets qui gardent un côté artisanal »

de *Tchack* et *Beaux et Bien Habillés*.

Ce sont les mêmes associés et la même structuration. *Tchack* s'occupe de la production et *Beaux et Bien habillés* réalisent des prestations. D'un point de vue financier, c'est plus pratique pour nous de bien scinder en deux ces deux activités.

Votre philosophie ?

Chez *Tchack*, nous cherchons à faire des projets qui gardent un côté artisanal. Nous essayons de conserver une échelle humaine. Nous privilégions la qualité des projets. Par exemple, nous avons développé notre série *Petit Malabar* depuis 2011 et celle-ci a été diffusée en septembre 2018 sur France 5. C'est une série qui invite les enfants de 3 à 7 ans à découvrir les grands objets naturels qui nous entourent (les océans, les montagnes, la lune, les planètes, les étoiles, etc.). Même si le sujet est traité de manière ludique, nous nous adressons aux enfants comme à des adultes. Nous considérons les enfants comme des personnes à part entière.

Vos difficultés ?

Aujourd'hui, il y a des problèmes de recrutements. Nous travaillons sur le sujet

mais c'est compliqué d'anticiper les ressources. Le vrai problème est le niveau de rémunération. Il y a beaucoup de jeunes de 20 ans payés au niveau minimum de la convention collective. Dans 10 ans, il faudra pouvoir augmenter les salaires sinon ces jeunes quitteront le pays ou la filière pour aller dans la communication, l'édition, etc. Autre problème, la main d'œuvre de la filière est composée de beaucoup de juniors qui sortent des écoles et qui ont peu de pratique en production et il manque des seniors pour les encadrer.



Face à ces difficultés, nous sommes vraiment à l'écoute de nos collaborateurs chez *Tchack*. Nous aimons choisir la bonne personne pour le bon poste, nous

Petit Malabar : Petit mais costaud © TCHACK • Pictanovo 2018 • Avec la participation de France TV
d'après les albums de Nelly Blumenthal et Jean Duprat © Éditions Albin Michel



pouvons être exigeants mais nous les accompagnons pour savoir ce qu'ils aiment et veulent faire. Nous essayons de les fidéliser. Même si les gens sont amenés à partir pour aller apprendre ailleurs, ils reviennent après. La mobilité est enrichissante, et enrichit la créativité.

Qu'est-ce que *Noranim* ?

Un des atouts de la région Hauts-de-France est l'association *Noranim* qui fédère toute la filière et qui est présidée par mon associé Luciano Lepinay. Nous avons essayé de nous organiser avec les professionnels afin de trouver de la complémentarité et de ne pas se faire une concurrence destructrice pour tous. Nous discutons ensemble pour que nos collaborateurs circulent entre les studios de la région.

Nous avons mis en place une GPEC (gestion prévisionnelle des compétences) pour réfléchir à comment les former. Il y a des structures comme *Noranim* un peu partout en France, mais je pense que la complémentarité entre les acteurs que nous avons su mettre en place dans le Nord est assez unique.

La force de *Pictanovo* ?

L'association *Pictanovo* joue un rôle central dans la dynamique actuelle de la filière animation en Hauts-de-France pour deux raisons. A contra-

rio d'autres régions où il existe un comité artistique qui donne son avis et où les aides sont versées directement par le Conseil régional, l'association *Pictanovo* bénéficie d'une indépendance, d'une transparence, et d'une réelle écoute. Elle est certes aidée par la Région mais les commissions de *Pictanovo* restent libres de leurs choix.

Autre élément différenciant par rapport à d'autres régions, *Pictanovo* entre en co-production lorsqu'elle finance une œuvre. L'argent qui est gagné par *Pictanovo* est ensuite réinvesti en développement et en écriture. De plus, lorsque nous développons des projets

en partenariat, tout le monde est impliqué. Nous allons aux commissions, nos projets sont lus et nous avons des avis de professionnels.

Votre vision de l'animation dans 5 ans ?

Il est difficile d'avoir une vision de moyen terme parce que nous n'avons pas de visibilité sur la pérennité du mode de financement actuel qui a une cinquantaine d'années et qui repose sur un co-financement CNC et chaînes de télévision. Est-ce qu'il y aura encore des chaînes hertziennes qui achèteront nos contenus dans 5 ans ? Personne ne le sait.

Par ailleurs, il y a de nouveaux entrants avec une nouvelle façon de produire comme Netflix et toutes les autres plateformes. Le problème est que Netflix ne donne pas ses chiffres d'audience et nous n'avons donc aucun moyen de pression sur eux. Alors qu'avec les télévisions, nous sommes partenaires, nous développons avec eux, nous pouvons faire une saison 2 ou développer du merchandising.

Adresse :

92 Rue Léon Gambetta
59800 LILLE

<http://www.tchack.com/>

Longs courts métrages / Séries notables

Petit Malabar ; *Avril et le monde truqué* ;
Lastman





**Anthony
Roux**

Ankama à ses débuts et aujourd'hui ?

Nous avons créé *Ankama* en 2001 dans un petit garage, nous étions 3 associés avec 3 000 euros chacun. Nous avons commencé avec le jeu vidéo où nous avons « explosé » (*Dofus* qui représente encore 70% de notre chiffre d'affaires). Notre filiale animation a été créée en 2008. Aujourd'hui, *Ankama* est une société de divertissement avec 4 business units : jeux vidéo, maison d'édition, animation et produits dérivés. Nous avons beaucoup d'artistes, nous sommes 270 personnes dans

le groupe, tout le monde est polyvalent et bouge dans nos unités selon les projets.

Nous faisons des créations originales. Nous aimons l'animation traditionnelle, nous sommes amoureux de la 2D. Pour moi, l'animation, « la vraie », c'est celle que nous faisons encore du bout des doigts, image par image.

Quels sont vos projets ?

Nous avons 5 ou 6 projets en développement. Tous les ans, nous essayons de sortir un beau contenu, que ce soit une série ou un long métrage. En 2017, nous avons livré *Wakfu* Saison 3 pour France Télévisions qui a fait de très belles audiences. Nous avons aussi produit *Mutafukaz*, un long métrage de 90 minutes qui est sorti au cinéma. Actuellement, nous produisons une série de 26 épisodes de 26 minutes, *Abraca*. Nous devons

“ L'avenir, ce sont les chaînes over-the-top, d'où notre volonté de nous développer à l'international ”

la livrer à France Télévisions l'année prochaine. Nous avons également un projet de long métrage de 90 minutes pour enfants en préproduction, *Princesse Dragon*.

L'objectif est de faire quelque chose de traditionnel avec un style aquarelle.

Quel regard sur l'écosystème régional ?

Même si je ne fais pas de politique parce que ce n'est pas mon truc, je reconnais que la région Hauts-de-France et *Pictanovo* ont réussi à faire des choses impressionnantes. Avec la hausse du budget dédié à l'image, ils sont parvenus à séduire de gros événements comme les *Emile Awards* ou le festival *Séries Mania* Lille Hauts-de-France.

Il y a une très forte dynamique en région. Maintenant, l'enjeu est d'attirer des studios. Plus nous aurons de studios, plus nous aurons de personnes qui viendront travailler et s'installer dans les Hauts-de-France. Les aides à l'installation mises en place sont le coup de pouce qui fait choisir notre région plutôt qu'une autre.



Wakfu © Ankama

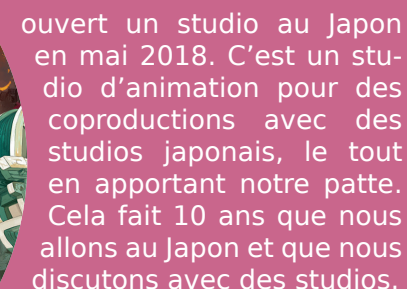


Le marché de l'animation est en train d'exploser dans le bon sens du terme. J'ai un très bon feeling sur ce qui va se passer. Il y a énormément de demandes. C'est la guerre des contenus : Amazon, Apple, etc. Tous veulent leur série originale. Il y a quelques années, nous étions dépendants des seules chaînes historiques. Aujourd'hui, il y a énormément de nouvelles chaînes spécialisées dans l'animation japonaise, ou de petites chaînes thématiques. L'avenir, ce sont les chaînes OTT (over-the-top, à savoir regarder des chaînes de télévision et profiter de services de Replay ou de VOD par la connexion Internet de son fournisseur d'accès).

qui est valorisant. Il faudrait trouver un moyen pour que les aides soient plus intéressantes pour les productions à l'étranger parce que je pense que l'avenir est à l'international, à travers des collaborations, des coproductions ou même de la sous-traitance.

Il y a un manque de séries pour les adolescents et les pré-adolescents. Il y a un marché potentiel. En ce moment, tous les ados regardent des dessins animés japonais, il y a beaucoup de demandes pour la japanimation en Europe. Il y a deux ou trois chaînes qui monopolisent une énorme partie des studios japonais, comme Netflix ou Crunchyroll qui est passé de 1 million à 1,5 million d'abonnés en ne diffusant que de la japanimation.

Nous voulons être de plus en plus sûr du traditionnel mais aussi nous développer à l'international, en se rapprochant des Etats-Unis et du Japon. Nous avons



Nous nous sommes rendus compte que l'animation japonaise est une caution de qualité à l'international. En France, nous sommes victimes de notre folie créative. C'est dans notre culture mais, à l'international, le public a besoin de standards. Les Japonais maîtrisent ces standards dans leurs créations, et ils produisent entre 300 et 400 séries par an. Ce sont les premiers producteurs au monde et de grands consommateurs d'animation.

75, boulevard d'Armentières
59100 ROUBAIX

<https://www.ankama.com/fr>

Dofus, Wakfu, Mutafukaz



PLANETnemo



Frédéric
Puech

Qui sommes-nous ?

Créé en octobre 2004, le studio *Planet Nemo* est une société de production et de distribution de séries TV d'animation. *Planet Nemo* a un rôle de producteur délégué et de distributeur. Il se positionne comme créateur de contenus et détient un patrimoine à son actif. En région, nous sommes très peu de producteurs délé-

“ Nous avons une dimension internationale ”

gués, c'est beaucoup de prestations. Cependant, la valeur de l'entreprise est dans son catalogue, dans les parts qu'elle peut détenir de son catalogue.

En 13 ans, *Planet Nemo* s'est imposé au sein du paysage de la production audiovisuelle européenne en produisant près de 16 séries d'animation pour la télévision et plus de 70 heures de programmes, distribués dans plus de 100 pays.



Gribouille © Studio Moving Puppet

Votre parcours ?

Je suis né à Lille. J'ai fait une école de commerce : *Skema*. *Planet Nemo* est basé à Paris et dans le Nord où il y a un pôle croissant de talents même s'il reste encore étroit. Nous avons très rapidement créé nos propres séries et concepts. Nous avons fait une partie du travail en interne et nous avons eu aus-

si recours à des prestataires. Puis, nous avons décidé de distribuer nos séries nous-même. C'est un point important car il n'y a pas de distributeur en région dans le monde de l'animation.

Aujourd'hui, nous avons un catalogue d'un peu plus de 1 000 heures de programmes, que nous vendons dans le monde entier, dans plus de 100 pays.



Gribouille © Studio Moving Puppet

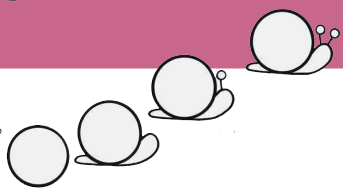
Adresse :

51 boulevard de la Liberté 59000 Lille ;
18 rue Truffaut, 75017 Paris

<http://www.planetnemoanimation.com/>

Longs courts métrages / Séries notables

Gribouille, *C'est quoi l'Idée*, *Chicky*,
Groove High





SOMETHING BIG



Frédéric Puech



Fabian Puech

Oui sommes-nous ?

Lancé en novembre 2013, *Something Big* est un studio de production exécutive. C'est un studio de création et de prestation dans le domaine de l'audiovisuel avec un focus sur la production de séries et de longs métrages d'animation et le digital. Sous la marque *Something Big*, nous avons créé une agence digitale qui s'appelle *Buzz Creativ* et qui propose des contenus digitaux en prestations : applications mobiles, vidéos d'animation pour présenter les concepts ou services, etc.

Votre parcours ?

Nous sommes des vrais Ch'tis, nous sommes nés à Lille. Nous avons fait une école de commerce : la *Skema*. Ayant une bonne connais-

90% de notre chiffre d'affaires est à l'export

sance du marché asiatique (l'un de nos producteurs a travaillé 15 ans en Asie pour une marque de cosmétiques), nous avons identifié qu'il y avait énormément de clients en Asie, notamment en Chine et au Japon. Ceux-ci ont beaucoup d'argent et ils recherchent des prestataires pour réaliser leurs projets, notamment à l'étranger car ils y trouvent plus d'idées originales.

Même si nos prestations sont plus chères, le crédit d'impôt à l'international nous rend aussi compétitifs que les Américains. Il devrait pouvoir nous permettre de capter une manne exponentielle de prestations. En effet, les Chinois et les Japonais n'ont pas d'aides publiques. Pour financer leurs programmes, ils doivent trouver des recettes alors qu'en France et en Europe, beaucoup de nos programmes sont accompagnés jusqu'à 50% et donc nous n'avons pas l'obligation d'aller chercher, par exemple, un fabricant de jouets pour apporter des financements.

Quels standards pour être à l'international ?

Nos clients n'ayant pas de subventions, leur but est de vendre leurs programmes dans le monde entier. Dans l'audiovisuel français, l'animation est le genre qui s'exporte le mieux, nous avons vraiment vocation à franchir les frontières. Pour l'écriture, nous travaillons essentiellement avec des auteurs anglo-saxons, britanniques ou américains, parce que le marché international demande qu'ils le soient, cela aide à la vente. Nous pensons, toutefois, que les meilleurs talents sont français pour la partie créative, concepts, design, animation.

etc. combinés avec des auteurs anglo-saxons.

Notre plus gros projet est une série en production qui s'appelle *Go Astro Boy Go*. *Astro Boy* est le plus vieux personnage d'animation au Japon (il a été créé en 1951) et le premier manga. Il a généré 14 milliards de dollars en produits dérivés. Il y avait un appel d'offres entre une entreprise américaine, une entreprise japonaise et nous, pour créer une nouvelle série autour du personnage d'*Astro Boy*. Nous avons livré un concept qui finalement a été sélectionné.

Nous avons alors développé la partie scénario, puis nous avons retravaillé le design du personnage. Finalement, l'ayant droit nous a confié l'ensemble de la production, pour un budget d'à peu près 7 millions d'euros. Nous gérons le projet de A jusqu'à Z, soit environ 4 ans de travail, 2 ans pour créer le concept, l'écriture, le story board puis 2 ans de production, création graphique, animation, post-production, voix, doublage, son et musique.

Buzz Creativ



Adresse :

99 C Boulevard Constantin Descat,
59200 Tourcoing

[https://somethingbig.fr /](https://somethingbig.fr/)

<https://buzzcreativ.com/>

Longs courts métrages / Séries notables

Super Builders, Go Astro Boy Go





**Lahcen
Bahij**

Votre vie d'entrepreneur est pleine d'expériences humaines...

Avec mes associés, nous avons créé le *Studio Redfrog* en 2010, soutenu dans cette démarche par le Conseil régional et par EuraTechnologies, après de nombreuses expériences professionnelles.

La genèse du *Studio Redfrog* démarre par un concours lancé par Disney auprès d'une trentaine d'entreprises en Europe et notre série intitulée *Le quiz de Zack* a gagné le concours. Elle a été achetée par Disney Europe qui a signé pour deux

saisons.

Cette série nous a apporté beaucoup de visibilité car nous avons été nominés aux Emmy Awards dans la catégorie des programmes préscolaires.

C'est vrai que vous devez votre succès à *Garfield*, un célèbre chat mondialement connu ?

Oui ! Le groupe *Média Participations* nous a fait confiance en nous confiant le projet *Garfield*, sur lequel il avait des sérieux problèmes de sous-traitance en Asie. Nous nous sommes alors occupés du check anime, du compositing et des effets spéciaux. Face à l'absence de compétences en région, nous avons mis en place des formations et nous avons recruté 35 personnes, pour faire la troisième saison de *Garfield* en 2012 et qui a été un vrai succès. France Télévisions a décidé alors de signer pour une quatrième saison que nous avons proposé de fabriquer de A à Z en France

“ Pour pallier la pénurie de main-d'œuvre dans le domaine de l'animation, j'ai investi dans la formation de nouveaux talents ”

avec l'aide de studios dans deux autres régions, ce qui fut accepté par *Média Participations*. Nous avons donc pu relocaliser la production de *Garfield* entre Annecy, Angoulême et notre région. Cela nous a permis d'accélérer notre croissance.

Autre projet ambitieux : *Mick le mini chef*...

En 2016, nous avons signé une saison de 26 épisodes avec France Télévisions, pour un projet qui s'appelle *Mick le mini chef*, une comédie culinaire qui est un projet hybride mélangeant prise de vue réelle et animation 3D. Mick est un cuisinier de génie sorti tout droit d'un vieux livre de cuisine offert par la grand-mère de Léo et Mathilde. Accompagné de Spoonita, la cuillère magique, notre petit chef apprend aux enfants des recettes inédites et originales !

Depuis 2017, notre portefeuille de clients s'étoffe. Nous travaillons pour 5 producteurs différents. Le studio compte parmi ses références (en coproduction) *Les Minijusticiers*, dont la saison 3 se termine dans notre studio, tout comme *César et Capucine* (saison 2) ou encore *Gribouille*. Aujourd'hui, nous voulons avoir à la fois une inté-



Mick le mini chef

gration verticale (la maîtrise sur l'ensemble des métiers) mais aussi une intégration horizontale sur toute la chaîne de valeur : la création, la production, la distribution, les produits dérivés, le digital.

Vous êtes très attaché aux Hauts-de-France et à EuraTechnologies, pourquoi ?

Né dans la région, fils de mineur marocain, je dois mon éducation au système français. Souhaitant être utile aux Hauts-de-France en créant des emplois, *Studio Redfrog* a pris des orientations stratégiques pour faire rayonner l'image régionale. Je fais partie des 20 entrepreneurs qui ont soutenu le projet EuraTechnologies, pôle d'excellence économique dédié aux TIC, en 2009, où le studio est implanté.

Grâce à tous nos projets, nous avons créé 350 équivalents temps plein en intermittence du spectacle dans l'animation depuis notre création. Ce sont les chiffres que Pôle emploi nous a donnés, en nous disant que nous étions l'un des plus gros employeurs d'intermittents de la région. Et pour pallier la pénurie de main-d'œuvre dans le domaine de l'animation, j'ai investi dans la formation de nouveaux talents, en partenariat avec Pôle emploi spectacle, l'Afdas, la Région et Rhinocéros formation. Nous avons pour objectif de former une centaine d'artistes et de techniciens de l'animation par an.

Le chiffre d'affaires de *Studio Redfrog* progresse constamment depuis trois ans et il est passé de 2,2 à 4,5 millions d'euros entre 2016 et 2017 et devrait atteindre 6,5 millions en 2018. Près de 55% sont réalisés en prestations, 35% en

production et coproduction, et 10% en formation à ces métiers de l'animation.

Qu'est ce qui manque pour accroître la dynamique de l'animation en France ?

En France, entreprendre est difficile, et notamment dans l'animation car on ne sait pas soutenir les chefs d'entreprise sur le long terme. Pour qu'un producteur arrive à créer des œuvres de niveau international, il faut entre 10 et 15 ans. En France, le système financier ne sait pas investir aussi massivement sur une durée aussi longue. On assiste le plus souvent à une politique de saupoudrage, sauf dans les régions qui ont une vraie politique régionale. L'une des opportunités est de s'appuyer sur la créativité européenne, c'est l'élément essentiel qui permet de faire la différence face aux mastodontes américains et asiatiques.

Dans l'animation, tous les donneurs d'ordre sont à Paris ou dans les capitales européennes, il faut agir de façon collective. Nous avons le *SPFA* (*Syndicat professionnel des films d'animation*) où nous agissons ensemble pour soutenir et promouvoir nos intérêts. Mais ce n'est pas suffisant. En région, nous avons mis en place le

Mick le mini chef



pôle régional, *Pictanovo*, et *Nora-nim*, l'association qui regroupe les acteurs de l'animation en région. Avec l'intelligence collective, nous pouvons construire des plateformes collectives ou des livres blancs qui permettent à tout le monde d'avancer et de construire dans nos métiers.

Quelles perspectives pour les films d'animation ?

En animation, tout est possible ! La créativité est porteuse et en Europe, on a une vraie créativité qui s'est toujours exportée et qui continuera de l'être. L'animation 3D temps réel a un vrai potentiel et va exploser dans les années à venir. De plus, aujourd'hui, nous sommes dans une pleine mutation du digital avec tous les opérateurs de la VOD, de la SVOD ou encore des chaînes OTT. C'est une autoroute pour les films et séries d'animation ! Il faut que l'Europe prenne sa part de marché au côté des Américains. Elle peut le faire en maintenant la neutralité du Net (principe devant garantir l'égalité de traitement de tous les flux de données sur Internet).

Adresse :

Euratechnologies, Bat. Le Blan
165, Avenue de Bretagne 59000 Lille

<https://www.studioedfrog.com/>

Séries notables :

Le Quiz de Zack, Garfield, Mick le mini chef



Cyber Group Studios



Pierre Sissmann

Le développement de *Cyber Group Studios* ?

Cyber Group Studios est une société créée en 2005 à Paris avec 5 personnes ; aujourd'hui nous sommes un des plus importants producteurs et distributeurs d'animation en Europe. J'étais auparavant le président de *The Walt Disney Company* pour la région Europe, Moyen-Orient et Afrique. Nous avons créé le studio en 2005 comme un challenge et voi-

“ Nous sommes un des plus importants producteurs et distributeurs d'animation en Europe ”

là où nous sommes aujourd'hui. *Cyber Group Studios* compte en-

viron 120 personnes à Paris. Nous avons ouvert une filiale à Los Angeles en janvier 2017 et un studio à Tourcoing en octobre 2017. Pour ce dernier, nous avons pris la décision de le créer avant l'été dernier après la visite de Malika Palmer, Directrice de *Pictanovo* et de Xavier Bertrand, Président de la région Hauts-de-France, dont le discours nous a séduits. Il a, bien sûr, fallu que l'on trouve des locaux, une directrice de studio et que nous ayons les productions qui s'y prêtent. Ce studio a maintenant vocation à grandir.

Pourquoi une implantation dans la région Hauts-de-France ?

Les coûts en Ile-de-France étant très élevés

et la politique de la région pas très lisible au niveau du secteur de l'animation. J'ai beaucoup regardé la région d'Angoulême qui est déjà spécialisée dans

l'animation et où il y a un énorme développement. Cependant, je me suis rendu compte qu'avec les nouvelles mesures gouvernementales qui visaient à augmenter le crédit d'impôt, il y avait eu un rapatriement extrêmement fort de tous les producteurs français en France, et notamment à Angoulême. Nous risquions d'avoir de gros problèmes pour recruter, ce qui explique en grande partie notre décision.

D'où notre préférence pour les Hauts-de-France d'autant que nous sommes situés à Paris près de la Gare du Nord. Nous pouvons donc faire l'aller-retour dans la journée, c'est vraiment pratique. Enfin, il y a une vraie volonté de la région Hauts-de-France de développer un pôle Images et je sais que la région apporte vrai-



ment son soutien à cette filière. Je suis ravi de ce choix d'implantation.

Quels sont vos projets dans les cartons ?

Nous avons déjà deux séries en train d'être fabriquées en partie dans les Hauts-de-France : l'une est une nouvelle série des aventures de *Tom Sawyer*, la deuxième est une de nos créations, nous la faisons pour le groupe Turner au niveau mondial. Il s'agit de notre première série « cartoon », ce qui est un véritable enjeu. Nous envisageons aussi la production partielle d'une troisième série que nous sommes en train de signer avec TF1.

Actuellement, à Lille, nous sommes une équipe de 11 à 15 personnes mais nous devrions atteindre 40 ou 50 personnes dans les deux ou trois ans selon les projets en cours. Nous prospectons aussi pour trouver les talents qu'il nous faut. Nous allons recruter dans la région ; c'est l'objectif.

Les enjeux pour les Hauts-de-France en matière d'animation ?

Je pense qu'il faut accélérer la formation dans la région, et donner envie aux producteurs de venir s'installer. Certes, il y a des écoles mais le bassin d'animateurs disponibles n'est pas encore le même qu'à Angoulême.

Par exemple, nous avons besoin de beaucoup de nouveaux talents. A l'heure actuelle, nous ne pourrions pas localiser une grosse production à 100% dans le Nord car il nous manquerait des collaborateurs. En effet, il y a eu appel d'air sur les animateurs avec l'augmentation du crédit d'impôt et il y a une concurrence sévère entre régions.

Nous avons travaillé avec Malika Palmer sur le fond d'aide au développement éditorial qui va pousser les gens à venir s'installer et à développer des studios. Les outils sont simples. Mais il reste à faire aussi sur d'autres sujets : aider les studios en matière de recrutements, leur donner une aide au démarrage, être un peu souple sur les conditions de remboursement, etc.

Quelles sont les grandes tendances du marché de l'animation ?

Le marché de l'animation est en croissance constante dans le monde et pourtant, en



France, au même moment, le gouvernement a annoncé la suppression de la chaîne de télévision France 4, ce qui pourrait pénaliser le secteur à l'international, faisant perdre à la France sa place sur le podium de l'animation au niveau mondial. C'est absolument dramatique pour la filière.

Au niveau des technologies, les évolutions sont permanentes. A l'heure actuelle, nous entrons dans la réalité virtuelle, la 4K avec des images de plus en plus parfaites qui donnent des émotions de plus en plus grandes. Je pense que, dans 15 ans ou dans 20 ans, nous aurons un petit boîtier dans notre salon et nous aurons des hologrammes qui en sortiront. Il est important d'avoir un pôle dédié uniquement à la technologie de gestion de l'image. Cela fait partie des enjeux de demain.

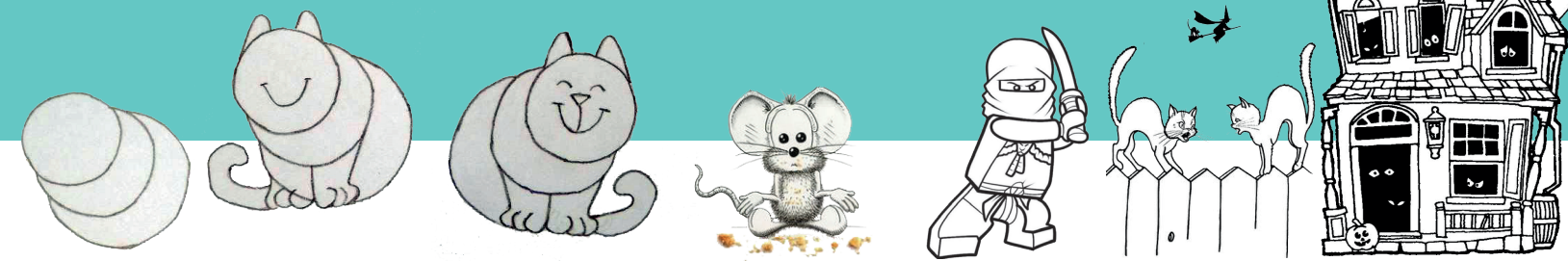
Adresse :

25, Rue Corneille 59100 ROUBAIX

<https://www.cybergroupstudios.com/>

Longs courts métrages / Séries notables :

Zou, Mirette Investigates





**Guilhène
Iop**

Les forces du studio *Grid* ?

Le studio *Grid* a été créé en 1995 à Gand et il est reconnu pour la qualité de son animation grâce à sa capacité à pousser le rendu à son maximum. Il est ainsi intervenu sur des films d'animation très connus en France à l'instar des *Triplettes de Belleville*, d'*Astérix et le Domaine des Dieux* ou encore *Oups ! j'ai raté l'arche*.

Il y a un marché phénoménal pour les effets spéciaux

C'est la proximité avec la Belgique qui vous incite à ouvrir une antenne à Roubaix ?

Oui, c'est un élément essentiel mais d'autres facteurs ont joué : la région Hauts-de-France a l'avantage de proposer des profils recherchés par le studio *Grid* tant au niveau de l'animation que des effets spéciaux. La présence de l'école *Rubika* à Valenciennes a été notamment une des raisons du choix d'implantation du studio. Nous aimerions d'ailleurs assez rapidement mettre en place un partenariat avec cette école pour proposer une filière commune afin de former des jeunes étudiants en fin d'études sur le secteur des effets spéciaux qui est très prometteur aujourd'hui.

Comment se porte le secteur des effets spéciaux en France ?

Les Français ont connu leur heure de gloire dans ce domaine, notamment dans l'image de synthèse et la technique du Bullet

time (à savoir l'illusion d'une caméra se déplaçant à vitesse normale

autour d'une action figée ou ralentie à l'extrême). Mais l'animation française ne rime plus avec effets visuels en France depuis une dizaine d'années : les producteurs et les chaînes de télévision ne se positionnent pas sur les œuvres avec effets spéciaux. Ils les achètent mais les financent difficilement souvent car les budgets sont trop importants à leur production. La tendance est cependant en train de se renverser et *Grid* souhaite y contribuer.

La force de *Grid* dans ce domaine ?

Le studio *Grid* croit au potentiel des productions avec effets spéciaux et il veut montrer aux producteurs français que c'est redevenu accessible en termes de budget. Il faut faire de la pédagogie et rencontrer les producteurs pour changer l'image des effets spéciaux en termes de coût. Il redevient possible de produire des films avec des effets spéciaux en



A l'heure actuelle, le studio de Roubaix travaille sur une série 2D pour France Télévisions : *Zoé et Milo*. Il fait toute la pré-production de la série et assurera ensuite le

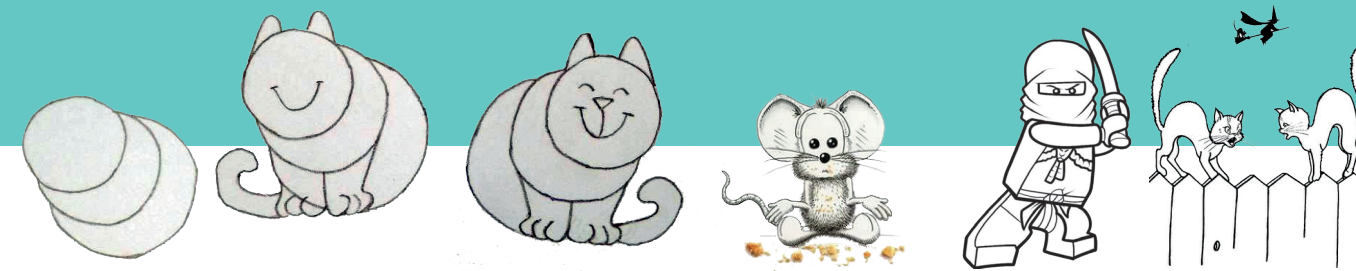
Il y a aujourd'hui une forte concurrence dans l'animation 2D mais beaucoup moins dans l'animation 3D et quasiment pas du tout dans les effets spéciaux. Les studios les plus menacés potentiellement sont ceux qui ne font que de la prestation 2D car aujourd'hui les producteurs délégués installent leurs propres studios : ils peuvent ainsi maîtriser à la fois la qualité de leur production et son coût.



J'aime la spécificité du studio *Grid* qui est à la fois producteur et vendeur de films d'animation. Avoir la maîtrise totale sur l'artistique, le marketing et la commercialisation d'une série est très rare et j'apprécie vraiment de pouvoir mélanger à la fois le créatif et le commercial.

Grid France propose des services de production 2D et 3D et également d'effets spéciaux destinés au cinéma.

Zoé et Milo





**Anthony
Roux**



**Maïa
Tubiana**

Quelles sont les fées marraines du studio **MadLab Animations** ?

Inauguré en septembre 2017 à Roubaix, ce studio a été créé par *Ankama Animations* (49%), société de production audiovisuelle du Groupe *Ankama* et par *Ellipsanime Productions* (51%), société de production audiovisuelle du Groupe *Media Participations*. Ce dernier est le 4^{ème} groupe français d'édition et il est le leader de la bande dessinée en Europe, détenant les maisons Dargaud, Dupuis ou encore Le Lombard (*Gaston Lagaffe*, *Lucky Luke*, les

“ Etre un laboratoire d'innovations sur les nouveaux formats ”

Schtroumpfs). Outre un intérêt commun pour le trans-média (à savoir l'utilisation combinée de plusieurs médias pour développer des univers narratifs, des franchises, chaque média employé développant un contenu différent), les deux partenaires se connaissent bien puisque, d'une part, *Média Participations* distribue les éditions d'*Ankama* depuis longtemps et d'autre part, le groupe a pris récemment 29% du capital d'*Ankama* lorsque l'un des trois cofondateurs d'*Ankama* a quitté le groupe.

Quelle est la vocation de **MadLab Animations** ?

Le studio *MadLab Animations* est dédié à la fabrication des productions initiées, co-produites ou produites par les sociétés fondatrices *Ankama Animations* et *Ellipsanime Productions*. Il n'a pas vocation à ré-

aliser des prestations extérieures mais à mutualiser les talents et les investissements techniques tout en

étant capable de travailler sur des créations aux styles très différents. La toute première série fabriquée par ce studio est *Abraca*, série en 26 épisodes de 26 minutes, création originale produite par *Ankama Animations* pour France Télévisions. Le studio réalisera également *Garfield Originals*, série produite par Dargaud Media.

Une fois passé le cap de la première année de fonctionnement, les deux partenaires veulent aussi faire de *MadLab* un vrai laboratoire de formats originaux, s'ouvrir à des nouvelles techniques, de nouveaux contenus et pipelines de fabrications. Il y a de véritables possibilités dans le domaine de l'animation tant dans les contenus que dans les supports (web series, webtoons qui se situent entre la bande dessinée et le dessin animé, etc.) avec des réalisations à entreprendre de façon beaucoup plus agile que par le passé.



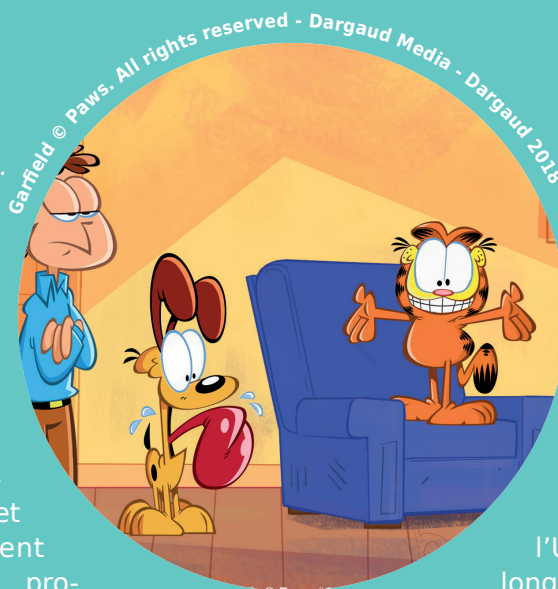
Abraca © Ankama Animations/Belvision/Planet Nemo Animation/Pictanovo/2018

Aujourd'hui, nous sommes une quarantaine de personnes mais ce nombre est amené à augmenter. Le problème est qu'à l'heure actuelle, nous avons beaucoup de mal à recruter des profils d'encadrement seniors et expérimentés, notamment en direction de studio et en direction technique. Une fois cette difficulté surmontée, nous avons prévu une vitesse de croisière de deux permanents pour environ quatre-vingt intermittents d'autant qu'il y a beaucoup de jeunes très talentueux en région.

Ellipse Studio, qui est le studio de fabrication du groupe *Média Participations*, est installé à Paris et à Angoulême depuis cinq ans. Mais le portefeuille de projets est beaucoup trop élevé pour que l'antenne d'Angoulême puisse réaliser toutes les productions d'autant que ce territoire est déjà jugé en « surchauffe » par les professionnels de l'animation. Par conséquent, des réflexions ont commencé dès 2016 pour trouver une nouvelle implantation dans une autre région française.

seurs raisons. Tout d'abord, *Ankama* est originaire de Roubaix et dispose d'une belle équipe et d'un vivier de talents formidables. Par ailleurs, l'accueil et l'accompagnement à l'implantation proposés par *Pictanovo* et les autres partenaires ont été hyper-professionnels.

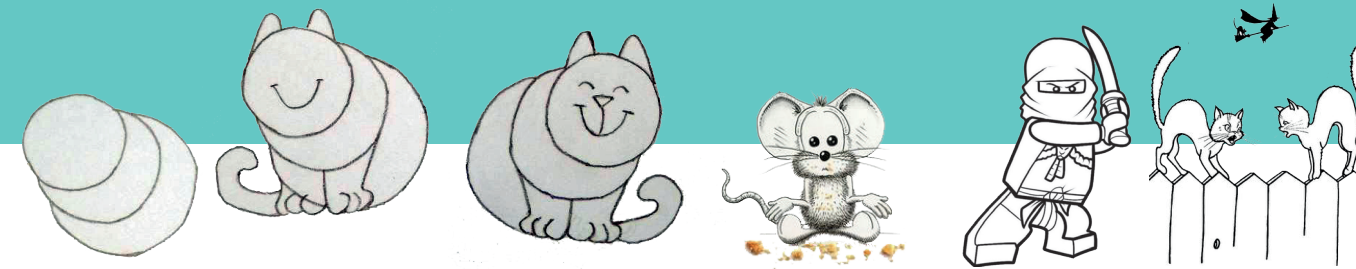
Toutes les structures régionales ont su être très à l'écoute des problèmes rencontrés par un chef d'entreprise évoluant dans un univers où se mêlent l'artistique, le technique et la finance. Elles ont toujours su poser les bonnes questions dans les différents entretiens que nous avons pu avoir et nous avons aussi eu la chance d'avoir un projet retenu en sélectif en région. Enfin, il faut être honnête : les aides et incitations financières proposées par la région pour financer nos productions innovantes ont aussi été un élément essentiel dans notre choix d'implantation.



<http://www.madlab-animations.com/fr>

Abraca, Garfield Originals

A venir : Akissi



Etude réalisée par la direction des études
de la CCI de région Hauts-de-France (Sylvie
Duchassaing, Orlane Hubert) et Pictanovo
(Malika Aït Gherbi Palmer).

COMPRENDRE l'économie des Hauts-de-France

- Chiffres clés et atlas
- Conjoncture
- Etudes filières ou thématiques

DÉVELOPPER vos marchés

- La revue de presse économique quotidienne
- Les veilles spécialisées (Rev3, digital, etc.)

CIBLER votre campagne marketing

- Le fichier des entreprises régionales

MESURER les retombées économiques d'un événement, d'un équipement

Retrouvez tous nos produits sur
hautsdefrance.cci.fr

CCI de région
Hauts-de-France
Direction des études
T. +33 (0)3 20 63 79 97

299 bd de Leeds
CS 90028
59031 Lille Cedex

