

2
édition

BILAN



Marseille

Web Fest

Festival
international
de la web-série
de fiction

12/13
Octobre
Pôle Média
Belle de Mai
Marseille



centre national
du cinéma et de
l'image animée



Région
Provence-Alpes-Côte d'Azur



CONSEIL
GENERAL
BOUCHES-DU-RHÔNE
cg13.fr



VILLE DE
MARSEILLE
www.marseille.fr



La Provence



SOMMAIRE

Premier festival international de la web-série de fiction

- **Une fréquentation en progression**
- **Un plan média**
- **Des projections, des conférences et des focus**
- **Une remise des Prix 2012**

Un marché des nouveaux contenus

- **De nombreux professionnels présents**
- **Marseille, place de marché des nouveaux contenus**

Une dimension internationale

- **Un partenariat fort avec le LA Web Fest**
- **Un volet européen**
- **Un rapprochement international au niveau universitaire**

Premières retombées

Pour sa première édition en 2011, 700 personnes en provenance de 12 pays étaient présentes sur les deux jours du Marseille Web Fest pour assister aux projections et participer aux conférences ou sessions de pitch.

Après cette première édition, elles ont été plusieurs centaines à nous suivre et échanger sur les réseaux sociaux tout au long de l'année.

Cette dynamique ne cesse de grandir. Si le Marseille Web Fest était à l'origine un évènement culturel lié aux nouveaux contenus, il devient aussi aujourd'hui un évènement économique avec la venue de nombreux professionnels du Cinéma, de la TV, de l'Internet, de la publicité et de la communication.



Hall 1 du Pôle Média de la Belle de Mai lors de la première édition du Marseille Web Fest

Premier festival international de la web-série de fiction

• **Une fréquentation en progression**

Cette deuxième édition a rassemblé de très nombreux visiteurs. Si le noyau dur était constitué de l'industrie des 5 écrans (TV, cinéma, web, téléphone portable, jeux vidéos), les marseillais ont une nouvelle fois participé à ce festival, gratuit et ouvert à tous, et visionné les web-séries sélectionnées.

Les chiffres clés de 2012

- 800 visiteurs
- 400 professionnels
- 11 nationalités représentées
- 22 web-séries projetées
- 12 conférences et focus



*Hall 1 du Pôle Média de la Belle de Mai
Préparation du Focus « Plus Belle la Vie
numérique »*



*Conférence « Créer et produire une web-série pour
l'Internet » par Ross Brown, professeur de Cinéma
à Chapman University*

• Un plan média

Pour 2012, le Marseille Web Fest avait engagé des partenariats forts avec des campagnes de visibilité et la présence des représentants de nombreux médias :

- France Télévisions (France 4 et les Nouvelles Ecritures et du Transmédia)
- La Provence
- Le Groupe AB
- Daily Motion
- Marseille l'Hebdo
- MovieCreation
- Busibook
- Frenchweb.fr
- The ARTchemist

Marseille Web Fest 2012
Festival international de la web-série de fiction
12/13 Octobre
Pôle Média Belle de Mai Marseille

Au programme

- Projection de 22 web-séries internationales sur grand écran
- Conférences sur le phénomène des web-séries et sur les nouveaux contenus
- Rencontre des équipes de PBLV numérique, Kaira Shopping, Plan Biz ou encore la découverte du Studio 4.0 créé par France 4 et Les Nouvelles Ecritures de France Télévisions

Entrée GRATUITE sur inscription sur : www.marseillewebfest.com

Logos: CNC, Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, CONSEIL GENERAL, VILLE DE MARSEILLE, France 4, La Provence, ABT, éclair.

Ex. campagne de visibilité dans La Provence

MovieCreation | JEUX CONCOURS TEN BY fotolia DU 10 SEPTEMBRE AU 10 OCTOBRE 2012

Le Marseille Web Fest, c'est 27 web-séries internationales à VOY gratuitement! du 12 et 13 Octobre 2012!
Le deuxième édition du Marseille Web Fest, le festival international de la web-série de fiction se tiendra les 12 et 13 Octobre 2012 au Pôle Média Belle de Mai Marseille.

Web Fest 2012
Festival international de la web-série de fiction
12/13 Octobre
Pôle Média Belle de Mai Marseille

Projection sur grand écran de 22 web-séries internationales
Conférences et focus
Rencontres professionnelles
Inscription gratuite www.marseillewebfest.com

Ex. campagne de visibilité sur MovieCreation

france 4.fr | PROGRAMME TV | EMISSIONS | VIDÉOS | JEUX | FRANCE 4 & VOUS | STUDIO 4.0 | DIRECT

STUDIO 4.0 | WEBCREATIONS | EVÉNEMENTS

Accueil » Événements » WebFest 2012

Marseille Web Fest 2012
Festival international de la web-série de fiction
WEBFEST 2012
Les 12 et 13 octobre à Marseille

Ex. campagne de visibilité sur France 4 en parallèle des spots de pub

- **Des projections, des conférences et des focus**

Lors du Marseille Web Fest, plusieurs moments forts ont été programmés avec la projection de la sélection officielle des web-séries, des conférences et des focus animés par des professionnels internationaux.

Une sélection officielle de 22 web-séries

Du côté de la sélection officielle, ce sont 22 web-séries de fiction qui ont été projetées sur grand écran et sous-titrées en français. Le public a pu découvrir un éventail de genre très varié comme la comédie, le thriller ou encore l'animation.

Des conférences animées par des professionnels

Les conférences animées par des professionnels (cf. tableau ci-dessous) en traduction simultanée ont abordé différentes thématiques comme la *stratégie des médias face au numérique, comment créer et produire une web-série ?, s'éduquer dans l'univers du web ou encore les modèles de financement dans le monde.*

Des focus réalisés par des partenaires

Dans le cadre des focus, différents partenaires ont présenté leurs offres ou nouveautés en parallèle des focus de « Plan Biz, et si le Web proposait des contenus plus attrayants que la TV à destination des jeunes ou encore celui des deux producteurs des Kaïra Shopping.

France 4 et les Nouvelles Ecritures et du Transmédia de France Télévisions ont lancé le Studio 4.0, première plateforme dédiée à la web-crédation de l'audiovisuel public. Véritable laboratoire de la fiction pour les jeunes auteurs, réalisateurs et producteurs, elle héberge les coproductions développées au sein de la direction des Nouvelles Ecritures et du Transmédia ainsi qu'une sélection de projets internationaux. Studio 4.0 est conçu pour s'adapter à la consommation des internautes en leur proposant un modèle de diffusion ouvert, axé sur le partage et l'échange des contenus via les réseaux sociaux.

L'ACSE a présenté son action de soutien à la création cinématographique et audiovisuelle traitant de la diversité de la France. Ce fonds alimenté conjointement par l'Acisé et le CNC dans le cadre de la Commission images de la diversité a pour vocation de soutenir la production de fictions, de documentaires, de séries et de courts métrages qui, par leur qualité artistique, permettent de changer le regard porté sur les personnes issues de la diversité, résidant notamment dans les quartiers relevant de la politique de la ville.

« Plus Belle La Vie Numérique » a également présenté son travail sur plusieurs nouveaux formats courts / web séries dynamiques et ludiques qui seront diffusées début 2013 sur plusbellelavie.fr. Cette expansion audiovisuelle est une nouvelle mise en valeur des atouts artistiques de la région au service du développement du numérique et du Transmédia. Cette innovation phare pour le groupe est d'avoir un récit spécifique sur chaque média et de donner la possibilité au public d'utiliser différents points d'entrée dans l'histoire.

Les artistes français étaient, également, au rendez-vous avec entre autres KOXIE (marraine de cette 2^{ème} édition) et la projection en hors compétition de sa web-série «BUZZ MOI » ou encore les producteurs des Kaïra Shopping » et de « Plan Biz » ainsi que l'équipe de « Plus belle la vie » numérique.

• Une remise des prix 2012

Prix du Jury

Le prix du jury, présidé par Lance Sloane (Responsable du département Digital à la Warner Bros), a été décerné à « Gigi, Almost American », une comédie américaine créée par le collectif « The Lost Nomads ». Une dotation d'une Post production HD est offerte au gagnant par la société Eclair.

Gigi, Almost American c'est l'histoire d'un étranger naïf et sympathique prêt à tout pour décrocher sa carte verte. Cette web-série dresse un tableau réaliste d'un pays individualiste et parfois cruel.

Repérée par Studio 4.0 de France 4 et les Nouvelles Ecritures et du Transmédia de France Télévisions, cette web-série est déjà diffusée en version française sur la plateforme.

Plus d'information sur cette web-série en cliquant [ici](#) !



Prix Coup de Cœur France 4



*Jason Leaver & Kate Conway
de "Out With Dad"*

Partenaire fortement engagé dans cette deuxième édition, France 4 décernait un prix Coup de cœur à « Out with Dad », une web-série canadienne de Jason Leaver.

« Out with Dad », traite avec subtilité et finesse la question de l'homosexualité chez les adolescents. Le synopsis : Rose s'interroge sur ses sentiments et découvre son homosexualité. Bien qu'il réagisse durement, son père fera tout pour rendre sa fille heureuse.

Cette web-série est une des 4 web-séries acquises par le Studio 4.0 de France 4 et Les Nouvelles Ecritures de France Télévisions.

Plus d'information sur cette web-série en cliquant [ici](#) !

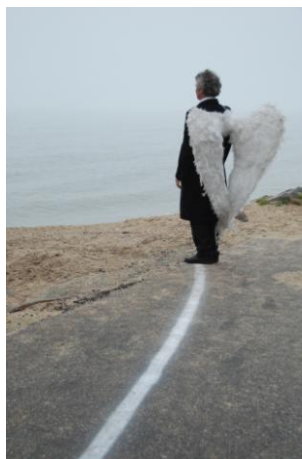
Prix du meilleur Web Pitch

Organisé en partenariat avec le PRIMI, les séances de Webpitch ont proposé 9 projets devant un panel de professionnels.

Le prix du meilleur pitch est revenu à « Anges de guerre », une expérience Transmédia de Patric Jean - Blackmoon Productions. Présidé par Boris Razon, directeur des Nouvelles Ecritures et du Transmédia chez France Télévision, le jury était composé de :

- Morgan Bouchet – Vice-président Transmédia et Social Média chez Orange
- Daniel Khamdamov – Chargé de programmes chez ARTE
- Nicolas Thorin – Directeur de la régie publicitaire du groupe M6
- Fadhila Méhal – Directrice du pôle promotion de la diversité par l'image et les medias pour l'Agence pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (ACSE)
- Jean-Marc Merriault – Directeur du Centre National de la Documentation Pédagogique (CNDP)
- Frédéric Josué – Chargé de mission chez Havas Média

« Anges de Guerre » est un formidable terrain introductif pour explorer le fonctionnement des sociétés humaines. Que l'on soit sceptique, curieux, amateur de folklore ou d'histoire, croyant ou athée, elle peut nous intéresser à plus d'un titre. Elle sonne comme une histoire issue des mythologies anciennes.



Un marché des nouveaux contenus

- De nombreux professionnels invités

En plus des 22 représentants des web-séries internationales, les professionnels* suivants étaient présents :

Professionnels de l'audiovisuel		
Albert DARCEL	UGC Ph	Responsable Edition Distribution France
Boris RAZON	France Télévisions	Directeur des Nouvelles Ecritures et du Transmédia
Christophe TOMAS	<i>Kaïra Shopping</i>	Producteur
Jean-Charles FELLI	<i>Kaïra Shopping</i>	Producteur
Daniel KHAM DAMOV	ARTE	Chargé de programmes
Emilie FLAMENT	Studio 4.0	Responsable éditoriale
Franck LEGRAND	<i>Groupe AB</i>	Directeur Adjoint de l'Antenne
Lance SLOANE	Warner Bros	Responsable du département Digital
Michael AJAKWE	LA Web Fest	Producteur et fondateur du L.A Web Fest
Nathalie NOTEBAERT	France Télévisions	Directrice de l'unité recherche et développement
Nicolas THORIN	groupe M6	Directeur de la régie publicitaire
Pierre MERLE	France 3	Directeur adjoint de la fiction
Olivier BECHAT	Eclair	Directeur Commercial & Marketing Adjoint
Professionnels de la communication et du web		
Frédéric FLEURIER	Daily Motion	Content Management
Frédéric JOSUE	Havas Média	Chargé de mission
Morgan BOUCHET	Orange	Vice-président Transmédia et Social Média

Experts et consultants		
Erin REILLY	Université de Californie du Sud (USC)	Chargée du département innovation et nouveaux médias
Fadilha MEHAL	ACSE	Directrice du pôle promotion de la diversité par l'image et les medias
Heather HALE	Consultante	Productrice américaine
Jeff BURKE	Université de Californie(UCLA)	Directeur de recherche en innovation et professeur
Kathie FONG YONEDA	Consultante	Auteur et productrice
Pamela JAYE SMITH	Consultante	Mythologue
Prune BERGE	Consultante	Spécialiste de la création audiovisuelle
Rich MBARIKET	Magazine Web Serie Network	Fondateur
Ross BROWN	Université de Chapman	Professeur et auteur

*Professionnels invités dans le cadre du Marseille Web Fest en tant que partenaires et/ou intervenants

Un dîner de bienvenue

La veille de l'ouverture du festival, le jeudi 11 octobre 2012 à l'hôtel Radisson Blu Vieux Port, Provence Promotion et Euroméditerranée ont organisé un dîner de bienvenue en l'honneur de 70 producteurs et consultants internationaux invités au Marseille Web Fest.

Partenaires du Marseille Web Fest depuis sa création, les deux institutions économiques sont sensibles aux liens qui se construisent entre les créateurs de contenus et les relais de production et de diffusion que sont la TV et bien entendu le web. Dans la perspective de 2013, ce pont entre culture et économie va en s'intensifiant.



Dîner d'accueil au Radisson Blu avec entre autres Lance Sloane, Koxie, Pierre Merle, Michael Ajakwe, etc.

Visite du Pôle Média de la Belle de mai

A la suite d'une présentation du territoire auprès de professionnels de l'audiovisuel et des universitaires tels que Lance Sloane (Warner Bros), Jeff Burke (UCLA), Erin Reilly (USC), Heather Hale (consultante) ou encore les 2 producteurs de Kaïra Shopping, une visite des studios de Plus Belle La Vie a été réalisée.

Remise de médaille de la Ville de Marseille

Monsieur Roland Blum (Premier adjoint au Maire de Marseille Expansion économique et Développement du Port – Technopôles) a remis au président du Jury, Monsieur Lance Sloane (Responsable du département Digital à la Warner Bros), la médaille de la Ville de Marseille.



Roland Blum (à gauche) remet la médaille de la Ville de Marseille à Lance Sloane (à droite)

L'objectif pour la Ville de Marseille est double. En effet, d'une part, la ville souhaite accroître sa notoriété auprès des professionnels internationaux du cinéma et de l'audiovisuel.

D'autre part, la Warner Bros Digital et Marseille sont des pionniers sur les nouveaux contenus. C'est à Los Angeles qu'est né le premier festival International de la web-série et c'est également de Los Angeles que Warner Bros développe son offre de nouveaux contenus et de web-séries.

De son côté, Marseille, partage ce goût pour l'innovation et cette créativité en soutenant le Marseille Web Fest et le cluster PRIMI.

• Marseille, place de marché des nouveaux contenus

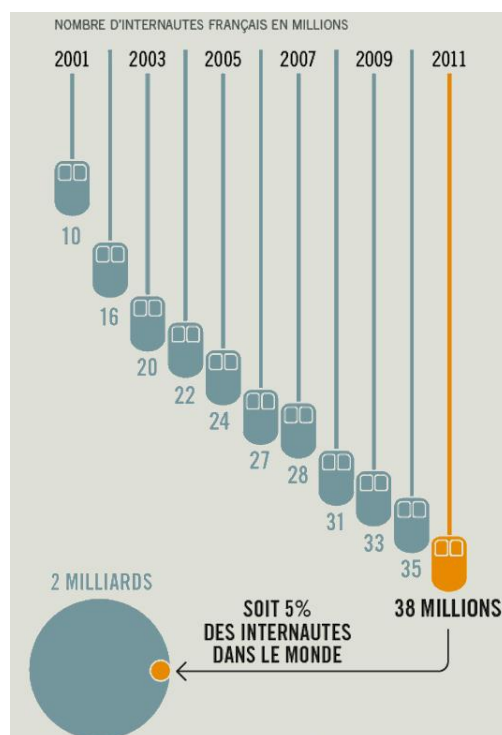
Pourquoi un marché des nouveaux contenus ?

Le Marseille Web Fest a proposé pour cette deuxième édition « un marché des nouveaux contenus médias ».

Ce nouveau marché émergent s'articule autour de 3 grandes cibles :

- Les chaînes de télévision qui face à la multiplication des chaînes sont à la recherche de contenus de qualité à moindre coût.
- La téléphonie qui face à concurrence entre les différents opérateurs est à la recherche de contenus originaux afin de se démarquer.
- Les marques qui souhaitent associer leur image à des contenus originaux en finançant de nouvelles productions visibles sur le net.

En effet, en France, d'après l'étude Usine Nouvelle (mai 2012), avec plus de 38 millions de français connectés, c'est près de 13h de visionnage par mois de vidéos. Du côté de la téléphonie, 69% des applications téléchargées sont dédiées à la musique, la radio ou la télévision après celles de la météo (74%) et le GPS (70%).



Source : Etude Usine Nouvelle (Mai 2012)

Ayant intégrées ces nouveaux enjeux, les plateformes de diffusion comme YouTube ou DailyMotion proposent des chaînes dédiées (ex. Machinima) faisant venir de plus en plus de contenus tout en le monétisant.

Véritable réponse à la demande de ces cibles, la web-série de fiction connaît un fort développement depuis ces 5 dernières années.

En tant que festival international de la web-série de fiction, le Marseille Web Fest se devait de créer ce premier marché européen des nouveaux contenus.

Les premiers résultats

Un petit déjeuner des marques

A l'occasion du Marseille Web Fest, Rockzeline a invité les marques locales à découvrir l'univers du « Brand Content » (création de contenus) et du « Branded Content » (rachat de contenus existants).

En effet, Rockzeline, agence partenaire du festival, propose de concevoir leur propre contenu de marque ou de racheter des web-séries, web programmes ou web documentaires existants, et de les éditorialiser pour les adapter aux nouvelles dialectiques des nouveaux

Lors de ce petit déjeuner, 4 études de cas ont été présentées :

- La stratégie de marque auprès des 18/25 avec la web-série « MES COLOCS ».
- La stratégie de contenu au niveau local avec la web-série « BREVES DE MARSEILLE ».
- La stratégie de transmédia culturel avec le web programme « INTERLIGNES ».
- La stratégie corporate/ressources humaines avec la web-série « 42ème ETAGE ».

Une dizaine de marques était présentes dont les enseignes locales American Vintage et Saclà que Rockzeline doit rencontrer de nouveaux à Paris dans les 6 mois.



Acquisition de web-séries

Depuis la fin des années 2000, les web-séries sont passées du rang de curiosité à celui de format d'avenir. Déjà diffusées sur les petites chaînes du câble, les web-séries sont de plus en plus convoitées par le petit écran.

France Télévisions a d'ailleurs lancé le 13 octobre, en direct du Marseille Web Fest, une plateforme web créations, « le Studio 4.0, mélange d'acquisitions et de productions maisons, comme Les Opérateurs, co-crées par François Descraques. « C'est un laboratoire, pour tester des formes d'écriture, des genres et des gens », explique Emilie Flament, responsable éditoriale du studio 4.0.



Nicolas-Wenceslas Berno dans Les Opérateurs, web-série présentée en avant première lors de la cérémonie de clôture du festival

© Taronja prod-Barjac production / FTV Nouvelles Ecritures

Nous allons chercher des auteurs qui ont des choses à dire, pour petit à petit les amener vers la télé. » Un moyen malin de capter leur public, pour un moindre coût. « Quand vous faites une web-série, votre budget est tellement serré que, le jour où la télé vous aide – même peu – ça vous semble énorme », reconnaît François Descraques » (Source : Article Télérama « Web-séries, l'avenir des séries ? - Octobre 2012)

D'ailleurs, dans le cadre du marché des Nouveaux Contents, ce Studio 4.0 acquiert 5 web-séries de la sélection officielle du Marseille Web Fest et d'ores et déjà diffusées :

- Gigi, Almost American (USA)
- Out With Dad (Canada)
- Desenterrados (Espagne)
- The Great Dying (Suède)
- Heròis (Brésil)

De son côté NRJ 12 acquiert la web-série française « Les Geeks » et M6 la web-série présentée en hors compétition dans le cadre d'un focus « Plan Biz ».



Une dimension internationale

- **Un partenariat fort avec le LA Web Fest**

C'est à l'issue d'une rencontre à Los Angeles entre des producteurs américains et les scénaristes de l'association Imago qu'est née l'idée d'organiser en Europe, et à Marseille spécialement, un festival de la web-série de fiction. Le premier du genre pour notre continent.

Dans le cadre de la sélection officielle des web-séries, chacun des festivals intègre des œuvres de l'autre festival dans sa programmation.

Avec la mise en place d'un partenariat fort entre le LA Web Fest et le Marseille Web Fest, l'objectif est de créer un véritable lien entre les villes de Los Angeles et de Marseille autour des filières audiovisuelle, cinéma et Transmedia.

En parallèle, le développement du label « Web Fest » est en cours afin de créer des festivals sur chacun des continents. Dans ce contexte, un rapprochement avec Hong Kong par l'intermédiaire de Marco SPARMBERG, un spécialiste Transmédia présent au Marseille Web Fest, est d'ores et déjà réalisé. Dans un premier temps, l'objectif est d'organiser des conférences liées aux nouveaux contenus et au « brand content ».

- **Un volet européen**

Le programme Média, programme de l'Union Européenne destiné à renforcer et développer en Europe l'industrie cinématographique et audiovisuelle ainsi que les œuvres interactives, a relayé l'appel à projet des web-séries dans ces différents bureaux européens.

Aussi, depuis quelques années, la Ville de Liège (Belgique) a exprimé sa volonté de servir de vitrine pour les capitales européennes de la culture. En 2013, la collaboration aura lieu avec Marseille-Provence. Dans ce cadre, la ville de Liège souhaite proposer à l'issue de l'édition 2013 du Marseille Web Fest, une soirée spéciale présentant des web-séries de la sélection officielle.

Le Marseille Web Fest est un événement labellisé sans apport par Marseille Provence 2012. Marseille Provence comme capitale européenne de la culture en 2013 constitue un projet fédérateur qui servira de catalyseur au développement non seulement culturel mais également économique, social et urbain.

- **Un rapprochement international au niveau universitaire**

Dans le cadre de cette deuxième édition, un rapprochement a été fait entre « Aix-Marseille Université » et les universités américaines avec la présence de Erin REILLY (Université de Californie du Sud - USC), Jeff BURKE (Université de Californie de Los Angeles – UCLA) et Ross BROWN (Chapman University).

L'objectif est de développer un partenariat entre différentes universités afin de mettre en place des programmes universitaires Transmedias.

En 2013, un prix au meilleur programme universitaire « Transmedia » devrait être mis en place.

Premières retombées

- **Des émissions et des reportages**

Emission RTL 9 Family :

<http://www.rtl9.com/RTL9-Family/Default.aspx>

Emission « Plus Belle La Vie » :

<http://www.plusbellelavie.fr/les-videos/bonus/pblv-au-marseille-web-festival>

Série d'interviews réalisées par les étudiants du Master Pro "Métiers du film documentaire" :

http://www.dailymotion.com/playlist/x2aef3_marseilwebfest_edition-2012-interviews/1#video=xuaz26

Journal de bord de Rich M'Bariket de Webserie Network et membre du jury :

<http://webseriesnetwork.com/profiles/blogs/mwf2012>

Mashup par Rose of Dolls

https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=5WP2ry4tJgc

- **Des articles dans la presse**

La Web-série fait son show à Marseille (Métro du 11.10.2012) :

<http://www.metrofrance.com/marseille/la-web-serie-fait-son-show-a-marseille/mljklidUJJTc53DH6/>

Marseille Web Fest : How I Met Your Browser (Ventilo du 2.10.2012) :

<http://www.journalventilo.fr/2012/10/02/5062/>

Marseille déroule le tapis rouge pour James Bond

<http://www.lesechos.fr/economie-politique/france/actu/0202366056739-marseille-deroule-le-tapis-rouge-pour-james-bond-507352.php>

Marseille Webfest 2 : la web-série avenir de l'audiovisuel ?

<http://www.theartchemists.com/2012/11/24/marseille-webfest-2-la-webserie-avenir-de-laudiovisuel/>

La televisión pública francesa adquiere los derechos para emitir una webserie alcoyana (Laverdad du 18.10.2012) :

<http://www.laverdad.es/alicante/v/20121018/cultura/television-publica-francesa-adquiere-20121018.html>

WEBSERIE. Le 2^e Marseille Web Fest, festival international des "webséries", qui vient de se tenir à Marseille, a décerné son prix à la comédie en ligne "Gigi Almost American".

Réussite à l'américaine pour le Marseille Web Fest

Les responsables du Studio 4.0, la plateforme de webcréation de france4.fr, ont eu du nez. Venus à plusieurs à ce festival marseillais rapidement devenu leader national dans sa catégorie, ils avaient d'ores et déjà choisi de mettre en ligne le samedi 13 octobre au matin — parmi les webséries de leur nouvelle plateforme lancée ce jour-là — une comédie créée par la société The Lost Nomads et intitulée *Gigi Almost American*. Or l'après-midi même, "Gigi" remportait le Grand Prix, décerné par un jury que présidait Lance Sloane, directeur de la section "Digital" de Warner Bros. Une peinture du business américain de l'image et du cinéma comme on a assez peu l'habitude d'en voir sur la Canebière.

Mais le succès de ce Marseille Web Fest tient à sa volonté de s'être immédiatement positionné en tant qu'acteur professionnel du métier, et pas seulement artistique. Toutes proportions gardées, car le Web Fest n'a pas en-



Lauréat du Grand Prix du Marseille Web Fest, "Gigi" est désormais diffusé sur le Studio 4.0 de france4.fr.

core cette dimension, la manifestation fait penser à ce qu'a été dans notre ville le Festival Interna-

tional du documentaire lorsqu'il était accolé au marché professionnel Sunny Side of the Doc.

Public et professionnel

Les réalisateurs, producteurs et quelques-uns des comédiens des 22 webséries sélectionnées ayant fait le voyage (qui depuis la Californie, qui de Suède, qui d'Espagne, qui de Hongkong), le Pôle Média de la Belle de Mai et les archives municipales, qui accueillait la manifestation, ont vécu pendant trois jours sur un mode international, la langue anglaise étant largement prédominante. Et des affaires ont commencé à se faire : des accords de diffusion ou de production se nouent désormais au Web Fest, de manière parfois informelle, ou de façon totalement formelle

puisque la compétition de "pitch" (présentation d'un projet devant un jury professionnel) a aussi permis à un réalisateur de gagner 5 000 euros pour monter sa websérie. Quant au public, il y a trouvé son compte aussi, avec deux jours de projections gratuites de l'ensemble des webséries et quelques bonus, comme la présence de la chanteuse Koxie, marraine du jury, venue présenter sa propre websérie, *Buzz-moi*. Tel était le souhait de Jean-Michel Albert, initiateur et président du Marseille Web Fest : offrir ce nouveau média au public marseillais tout en faisant de la ville une plateforme d'échanges nationaux et internationaux dans ce domaine très précis. Pari qui est en voie d'être gagné haut la main. ■

Patrick Coulomb



Lance Sloane, président de Warner Bros Digital (à droite), et Jean-Michel Albert, sur le balcon du Club Pernod après la remise des prix.

Revue de presse sur le site www.marseillewebfest.com

Les partenaires

