



Jacques Hubinet (Films du Soleil)... en interview

Lors d'une première vague, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur a labellisé les 14 premiers Pôles Régionaux d'Innovation et de Développement Economique Solidaire (PRIDES), dont celui dédié à "l'image" et bâti sur l'association Cinéma au Soleil. Pour Jacques Hubinet, cette décision risque de changer la donne de la filière audiovisuelle dans la région et de la faire entrer dans une nouvelle dimension. Le directeur des Films du Soleil et président de l'association Cinéma au Soleil présente les grandes lignes de la stratégie envisagée.

> Quelle est la vocation de Cinéma au Soleil ?

Jacques Hubinet : C'est une association de professionnels créée au départ pour soutenir le "Sunny Side of the Docks" ou marché du film documentaire de Marseille. Le fait d'obtenir le PRIDES Image - Premier PRIDES ouvert aux industries culturelles - a fortement contribué à sa notoriété et fait nettement progresser le nombre d'adhérents.

Aujourd'hui, Cinéma au Soleil regroupe 80 membres dont 58 entreprises de dimension nationale ou régionale. Ses membres recoupent tous les champs du secteur audiovisuel : production déléguée exécutive, tournage, postproduction, laboratoire, transmissions satellite, longs-métrages d'animation, effets spéciaux, numérisation, animations graphiques, locations de matériels, plateaux, etc.

L'association travaille aussi en partenariat avec un large panel d'organismes de formation et de conservation du patrimoine audiovisuel tels que l'INA (Institut national de l'audiovisuel) et le CMCA (Centre Méditerranéen de Création Audiovisuelle - qui regroupe les chaînes de télévision méditerranéennes sous l'égide de France Télévisions et de la RAI).



Jacques HUBINET

> Quel est le positionnement de la région PACA dans le secteur audiovisuel ?

Jacques Hubinet : La région PACA reste après l'Île-de-France, celle qui accueille le plus de tournages en France. En revanche, si notre territoire est pour les entreprises culturelles françaises et étrangères très attractif, il lui manque clairement des maillons de la chaîne de production. Pour exemple, tout ce qui concerne la phase de postproduction des films n'existe pas dans la région... En tout cas pas suffisamment. C'est un pan entier de cette économie qui fait défaut pour nous imposer plus fortement à l'étranger.

En savoir plus

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

> En quoi le PRIDES va modifier la stratégie de l'association et plus largement de la filière audiovisuelle dans la région ?

Jacques Hubinet : Pour bâtir cette filière qui comprend toutes les étapes de la production d'un film, il faut ajouter de nombreuses briques. Avoir obtenu le PRIDES Image permet de fédérer l'ensemble des énergies présentes en ce domaine et de clairement mutualiser les moyens pour définir les maillons manquants.

Nos objectifs, qui doivent être communs, sont les suivants :

- structurer la filière audiovisuelle avec une réelle stratégie sur tout le territoire ;
- rassembler les acteurs pour déterminer clairement les besoins, travailler par collèges afin d'approfondir clairement les demandes, les graduer par ordre de priorité ;
- faire des propositions fortes d'ici octobre 2007 pour développer l'audiovisuel en s'appuyant sur les professionnels régionaux ;
- développer la filière et atteindre une masse critique qui permette de se lancer sur la postproduction.



Jacques Hubinet (Films du Soleil)... en interview

> Concrètement, quels sont les projets déjà en route ?

Jacques Hubinet : Les Américains ont depuis longtemps le monopole des effets spéciaux, mais la demande actuelle est telle qu'ils ne peuvent y répondre. Nous devons tirer notre épingle du jeu et jouer de nos atouts pour attirer de nouvelles sociétés d'animation. C'est un premier exemple de nos actions à mener. Dans cette optique, nous avons l'intention de mettre en place une plate-forme 3D et de créer un studio dédié aux membres de l'association.

Comme grand projet, nous avons aussi l'ambition de créer un marché euro-méditerranéen de films, téléfilms et documentaires afin de compenser la perte du "Sunny Side of the Docks". Cette action est déjà lancée...

> Et aux échelles nationale et internationale ?

Jacques Hubinet : Il est essentiel de continuer des actions communes, comme notre présence avec Provence Promotion, sur le Location Trade Show, salon de Los Angeles qui regroupe tous les location managers hollywoodiens (lire ici <http://www.investinprovence.com/download//tradeshowfr.pdf>).

Par ailleurs, établir des partenariats fait aussi partie de notre stratégie pour véritablement nous implanter sur la région euroméditerranéenne. Notre position géostratégique permet d'entrevoir à terme une place centrale et motrice. Déjà nous établissons, dans ce but, des relations privilégiées avec la région Rhône-Alpes, avec le Piémont, la Ligurie, le Val d'Aoste... La connivence tourisme et culture est aussi un atout indéniable de la région !