

Compte rendu
Mission Los Angeles

Marseille Provence Creative



Préparé par : LINXEO - Tiphaine Pitoiset et Sébastien Dagault

Préparé pour : Ville de Marseille - Stéphane Rizzo, Marlène Victorin, Emilie Pietrini et Valérie Jacquat

Date : 14/04/2017

Version : 1.4

Objectifs du document

La mission économique à Los Angeles du 3 au 9 avril a rassemblé 9 entreprises du secteur audiovisuel, accompagnées de la Ville de Marseille dont Didier Parakian - élu à l'Economie, relations avec le monde de l'entreprise et prospective - et Séréna Zouaghi, conseillère municipale Vie Associative et Bénévolat, Rapatriés, Mission Cinéma.

Ce document a pour but de :

- Faire un retour sur les actions effectuées par LiNXEO
- Donner des éléments tangibles à utiliser dans une communication future : projets en cours suite à Los Angeles, chiffres clés, photos et témoignages
- Effectuer des recommandations sur le suivi de la mission et l'organisation d'autres actions à l'international

Objectifs de la mission

La mission Los Angeles - Marseille Provence Creative avait pour objectifs de :

- Promouvoir les atouts de Marseille Provence pour attirer des tournages de films
- Accroître la dimension internationale de Marseille Provence
- Valoriser les produits / services des membres de la délégation

Délégation Marseille Provence Creative

9 entreprises + la Ville de Marseille

LiNXEO et ses partenaires ont fait un travail de prospection, ont proposé des messages d'invitations et ont réalisé plus de 10 interviews, entre mi-février et mi-mars, pour faire venir des entreprises de Marseille Provence à la mission Los Angeles.

La délégation finale fut composée de 9 entreprises + 4 représentants de la Ville de Marseille + LiNXEO = un total de 18 personnes :

ORGANISATION	PRENOM NOM
Provence Studios	Olivier Marchetti
Froggie Production	Xavier Roy
Dum Dum Films	Arnaud Borges
Last Productions	Joshua Fitoussi
Vigilant Productions	Thierry Jamet - Jérémy NGuyen
Tita Productions	Marion D'Ornano - Enrique Rizo
BeatBounce Productions	Michael Simoncini

Darklight Productions	Jean Michel Albert
Gurkin Productions	Sabrina Roubache
Ville de Marseille (Elus)	Didier Parakian - Serena Zouaghi
Ville de Marseille (Equipe projets)	Stephane Rizzo - Marlène Victorin
LiNXEO	Sébastien Dagault - Tiphaine Pitoiset

Un atelier pitch training pour préparer la mission

En amont de la mission Los Angeles, une après-midi de pitch training a été organisée le 24 mars au Pôle Média Belle de Mai par LiNXEO pour :

- Présenter l'offre Marseille Provence Creative (chiffres clés et événements à venir)
- S'entraîner sur son pitch avec Julian Hirst, expert anglais du pitch
- Revoir l'ensemble des rendez-vous collectifs et individuel

6 entreprises ont répondu présents ainsi que Didier Parakian (qui a été coaché sur son pitch et les arguments clés à présenter en anglais).

Un suivi personnalisé pour chaque entreprise

Interview en amont et promotion

En amont de la mission, une interview a été réalisée avec chaque membre de la délégation afin de comprendre leurs services et attentes par rapport à la mission en termes de rencontres. Un catalogue avec le profil de chacun a été construit en anglais ([cliquez ici pour le consulter](#)).

Un programme de visites personnalisé

Sur place, des rendez-vous ont été directement organisés par LiNXEO et Jean Michel Albert, consultant senior spécialisé dans l'audiovisuel. Plusieurs types de rencontres ont été proposées :

- Des rendez-vous collectifs avec des studios (Sony Pictures, Fox, Warner Bros), des plateformes digitales (Fullscreen, YouTube)
- Des rendez-vous individuels proposés à la carte avec des agents, scénaristes et producteurs
- Partenaire d'une soirée de networking le 6 avril avec FilmFrance, la Ville de Marseille a présentée, devant plus de 150 professionnels, son offre attractive pour le cinéma en région. Erik Barmack directeur des contenus chez Netflix a souligné succès international de la saison 1 de « Marseille » avec plus de 100 millions de vues, mis en avant et annoncé la saison 2
- Des rendez-vous pris directement par les entreprises

Au total, les entreprises ont rencontré chacune en moyenne une 30aine de contacts entre le 3 et le 6 avril 2017. Nous estimons que les entreprises et la Ville de Marseille a rencontré plus de 250 contacts qualifiés sur cette mission. [Cliquez ici pour voir le programme de la mission.](#)

Suivi à chaud des rendez vous

Le tableau suivant récapitule le nombre de contacts - dont prometteurs - effectués par chaque entreprise lors de la mission. Il est issu d'entretiens réalisés « à chaud » en fin de mission. Toutes les données suivantes sont confidentielles et à ne pas diffuser.

Au total, plus de 20 projets d'investissements en Provence ont été identifiés.

ORGANISATION	NOMBRE DE CONTACTS ESTIMES	DONT PROMETTEURS	COMMENTAIRES / PROJETS EN COURS
Sabrina Roubache <i>Gurkin Productions</i>	35	5+	Projet Varian Fry : Sony est intéressé par le projet de scénario (un américain qui a sauvé des personnes juives durant la Shoah) Documentaire avec Ed Burns (RedInks) Série dramatique coproduction internationale entre France/USA (Netflix) En contact avec des partenaires investisseurs pour développement sur backlot Rencontre avec Charles La – Marseillais cofondateur de French Accelerator et business Angel pour l'associer à son projet de Backlot En contact avec la WGA pour organiser un concours de scénarios
Jean-Michel Albert <i>Darklight Production</i>	35	4	Signature des European Streamy Awards, les oscars du web, à l'échelle européenne avec Dick Clarck Production Fullscreen : la mission a conforté la production de la série d'action Marseille Run (8 épisodes) fin 2017. Moussa Maaskri aura un des rôles principaux Projet en cours avec Crackle TV - Sony Pictures SONY - Snatch saison 2 - en Espagne (John Orlando)
Michael Simoncini <i>BeatBounce</i>	10	2	Fox (David Worthen) va développer une plateforme numérique et y associer BeatBounce Fullscreen : la mission a conforté la production de la série d'action Marseille Run (8 épisodes) fin 2017. + signature de 2 contrats en France
Xavier Roy <i>Froggie Productions</i>	30	4	Demande d'un tournage pour une série américaine Renforcement de contacts avec des producteurs exécutifs Gary French / ABC : ABC prêts à lancer des projets de série TV en Europe Rencontre avec Robert Klinger/ Stealth Production et échange pour développer une comédie interculturelle entre les USA et la Provence

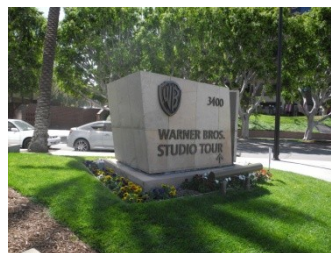
Thierry Jamet et Jérémy Nguyen Vigilant Productions	20	2	Ils ont rencontré un agent et un producteur de la PGA (Rich Halke) pour étudier leur projet d'ouvrir une filiale Vigilant avec un employé sur place En discussion avec Heliotronix un des leaders de la postproduction pour intégrer leur savoir faire dans leur offre
Joshua Fitoussi Last Productions	10	1	A pu travailler son business model et son approche commerciale grâce à la mission A rencontré de potentiels représentants/associés pour structurer son approche sur le marché
Arnaud Borges Dum Dum Films	15	3	A échangé sur des projets avec plusieurs producteurs exécutifs basés en France et aux USA, travaille sur la durée est présent chaque année au AFCI et est très satisfait de cette mission S'est rapproché de film France et a échangé sur des opportunités de développement
Olivier Marchetti Provence Studios	30	3	A échangé sur des projets avec plusieurs producteurs exécutifs basés en France et aux USA. Comme Arnaud Borges, Olivier Marchetti travaille sur la durée et est présent chaque année au AFCI et est très satisfait de cette mission. Veille et benchmarking pour le développement de son backlot Provence Studios S'est rapproché de film France et a échangé sur des opportunités de développement
Marion d'Ornano Tita Production	20	2	En attente de retour.
Stéphane Rizzo Marlène Victorin Séréna Zouaghi Didier Parakian Ville de Marseille (+LiNXEO)	50	3	Etude de la possibilité d'installer un YouTube Space à Marseille (suivi en France) Rencontre avec Charles La : Marseillais cofondateur de French Accelerator et potentiel relais pour la French Tech Aix Marseille (à intégrer à la démarche d'ambassadeurs ?) Echange avec David Worthen / Fox qui a un projet faire un film sur le football, Didier Parakian les met en lien avec Franck Mc Court + Cyrille Perez pour y intégrer Marseille Echange avec un producteur TV basé entre Allemagne et USA pour le développer à Marseille (Stéphane)

Témoignages

Ces deux témoignages peuvent être utilisés dans la communication externe de la Ville de Marseille :

« Je repars la tête pleine d'étoiles et plusieurs projets d'investissements. » Sabrina Roubache, *Gurkin Productions*

« J'ai fait un voyage dans le futur, gagné en visibilité internationale et accéléré la signature de 2 contrats. » Michael Simoncini, *BeatBounce*



Actions de promotion et de communication

Les actions suivantes ont été proposées par LiNXEO :

- Marketing de l'offre et proposition d'un positionnement Marseille Provence Creative
- Construction d'une base de données de plus de 200 contacts qualifiés autour des éléments suivants
 - Profil du contact : nom, prénom, position, organisation, coordonnées, potentiel (*, ** ou ***) et proximité avec Marseille Provence (*, ** ou ***)
 - Rôle durant la mission Los Angeles : confirmé, intéressé, à cibler, non intéressé, projets issus de la mission
 - Son positionnement : sur la chaîne de valeur de l'audiovisuel, sa description détaillée et ses projets à venir
- Envoi de messages d'invitations pour la soirée du 5 et 6 avril (2 mass mailings envoyés + relances personnalisées vers plus de 30 contacts)
- Messages clés en anglais et pitch de présentation
- Recommandations presse et web de 4 pages
- Rédaction d'un communiqué de presse en français
- Rédaction d'un communiqué de presse en anglais
- Proposition de tweets pour la mission Los Angeles
- [Mise en ligne d'une page web](#) de présentation de la mission
- [Document de présentation en anglais](#) des entreprises participant à la mission
- Envoi d'un listing presse locale, nationale, spécialisée et de contacts internationaux (ajouté dans la base de données, onglet média)

La ville de Marseille a souhaité piloter la communication : revue et validation des communiqués, pilotage des envois et relances presse. A ce jour, un article a été paru dans 20 minutes. Un échange est à prévoir avec le service communication de la Ville de Marseille pour étudier les retombées presse. Suite à nos recommandations en termes de réseaux sociaux, un tweet a été édité par la Ville de Marseille durant la mission.

Proposition de communiqué de presse de suivi

Quand Marseille, première ville de cinéma après Paris, rencontre Hollywood, première ville de cinéma au Monde.

10 professionnels du cinéma et du digital, accompagnés par les élus de la Ville de Marseille reviennent d'une mission cinéma à Los Angeles. L'objectif : faire savoir que Marseille offre tous les attraits et atouts d'une grande capitale européenne pour accueillir des tournages d'envergure de séries, films, ou documentaires. Les professionnels ont bénéficié de rendez-vous ciblés et préparés pour souder des collaborations futures autour de co-productions, et ont visité des sites

emblématiques du cinéma numérique aux USA. Une mission qui marque le lancement d'une démarche offensive de la Ville de Marseille soutenue par les professionnels, et qui, dès à présent, montre son efficacité.

Un programme sur mesure, riche en rendez-vous et temps forts

Du 6 au 10 avril, lors de la première édition d'une mission cinéma à Los Angeles, conduite par la ville de Marseille et pilotée par les élus Didier Parakian et Serena Zouaghi, dix entreprises régionales de la filière ont rencontré plus de 250 personnes lors d'un programme exceptionnel de rendez-vous et de temps forts : présentation du crédit d'impôt international – « TRIP Breakfast » en partenariat avec Film France et l'Ambassade de France aux Etats Unis, visite et rencontre des dirigeants des studios de Warner Bros, Fox et YouTube Space, participation à l'AFCI, salon des lieux de tournages aux USA.

Préparée de longue date, la mission a permis de rencontrer les studios majeurs à Hollywood (Warner, Fox, Sony), des nouvelles plateformes digitales de diffusion (Netflix, FullScreen) et des acteurs clés spécialistes de l'accompagnement à Los Angeles (producteurs WGA, PGA, agents, avocats) pour prolonger ces premiers contacts dans la durée. Partenaire d'une soirée de networking avec FilmFrance, la Ville de Marseille a présenté devant plus de 150 professionnels son offre attractive pour le cinéma en région. Netflix a confirmé le positionnement en évoquant le succès international de la saison 1 de « Marseille » avec plus de 100 millions de vues.

Des résultats à court terme

Cette mission a permis :

- D'identifier plus de 20 projets d'investissement dans la filière audiovisuelle et numérique. Parmi eux, Marseille Run, une série d'action en 8 épisodes avec un casting marseillo-américain sur la plateforme digitale Fullscreen, et une diffusion prévue dès fin 2017. Ou encore le long métrage de Varian Fry, porté par Sabrina Roubache (GurkinProduction) en partenariat avec Sony Pictures.
- De connecter les entreprises Marseille Provence avec de potentiels clients et partenaires (plus de 250 entretiens qualifiés réalisés) Ainsi, Vigilant Production, société de production à Marseille est en négociation pour vendre son savoir-faire en matière d'effets spéciaux auprès d'un leader américain de la post production.
- D'avancer sur la mise en place de nouvelles infrastructures et outils pour accueillir des tournages de grande envergure. Deux projets de backlots sont en émergence.
- Renforcer la visibilité internationale de Marseille Provence a travers un événement majeur, les Streamy European Awards, prévu en octobre 2018 en lien avec le WebFest.

Une stratégie à long terme pour une efficacité maximale et un suivi actif des contacts enclenchés

Cette mission constitue les bases d'une stratégie d'attractivité et de développement à long terme à l'international, après Tokyo, Las Vegas, Londres et demain Miami, dont les résultats sont déjà visibles. Marseille a la volonté d'être sur le terrain avec ses chefs d'entreprises là où le « business » se fait.

Les prochaines étapes sont les suivantes :

- A Marseille : le 25 avril à 18 h, Présentation des retombées de la mission en présence du Maire – la presse est invitée, ainsi que tous les professionnels du secteur.
- A Cannes, pendant le Festival, le 18 mai à 19 h : soirée Marseille Provence Creative avec plus 100 professionnels du cinéma en partenariat avec Première et le Film Français
- L'invitation de scénaristes et producteurs américains à Marseille et en Provence pour rencontrer les professionnels de la filière courant juin
- Dès 2018 : des missions de suivi aux USA pour consolider des projets d'envergure dans la durée

Recommandations

Ce chapitre liste des recommandations pour l'organisation de futures missions en local, national ou international, avec trois étapes clés : avant, pendant et après.

Avant

Objectif : anticiper l'organisation d'une prochaine mission avec un site web de présentation des actions prévues et objectifs avec au moins 3 mois de délai.

Dans la sélection des entreprises, faire un appel à projets au moins 2 mois avant l'événement avec comme critères de sélection :

- Le profil et potentiel (ont-ils une offre précise à présenter ?)
- Attentes et projets sur la destination cible
- Capacité à parler anglais ou à se faire représenter

Construire et présenter une offre Marseille Provence Creative pour avoir des supports lors des entretiens :

- Une démo d'une minute
- Des chiffres clés
- Un ou plusieurs cases studies (effectuer des recherches en amont de français expatriés, comme French Accelerator)

Rendre obligatoire et renforcer la session de briefing pitch / et organisation logistique en amont pour :

- Préparer le discours de chacun
- Renforcer le discours l'offre globale
- Revoir en détail les rendez-vous

Pendant

Faire une session de « team building » (exemple sortie Universal Studios ?)

Organiser des rendez-vous en parallèle pour la Ville et pour les entreprises (limiter les rendez-vous à maximum 6-8 personnes)

Se rapprocher de directeurs exécutifs comme John Bernard et First Step

Après

Développer la base de données Marseille Provence Creative par un suivi hebdomadaire (rentré des nouveaux contacts, mise à jour...)

Faire un mail de suivi à chaud aux entrepreneurs et aux personnes rencontrées aux US

Mettre à jour une page web avec des chiffres clés, photos, résultats et témoignages

