



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Mission du Ministère de la Culture sur les Formats audiovisuels français

COMPTE-RENDU DE LA TROISIÈME SESSION – 4 NOVEMBRE 2019

ANIMÉE par PHILIPPE CHAZAL

Avec l'appui du Club Galilée
Rapporteur de mission : Arnaud Pontoizeau – pontoizeau.arnaud@gmail.com
Septembre – Décembre 2019

COMPTE-RENDU DE LA 3^E SESSION DE LA MISSION SUR LES FORMATS

**Séance du Lundi 4 novembre 2019 – Club Galilée
Mission du Ministère de la Culture confiée à Philippe Chazal**

TROISIÈME SESSION – LA FILIÈRE DES FORMATS AUDIOVISUELS

Les intervenants de cette première session :

Jean-Louis BLOT, Président de Warner Bros France

Pascal BRETON, directeur général et fondateur de Federation Entertainment

François DE BRUGADA, Directeur Général de Banijay

Jérôme CAZA, Producteur et fondateur de Pourquoi pas la lune (2P2L)

Bibiane GODFROID, directrice générale de Newen (Absente)

Christophe KOSZAREK, Producteur et fondateur de Jara Prod, fondateur de la fédération des créateurs audiovisuels et numériques

Gilles CAMOUILLY, Gérant et fondateur de TV CONSULT, fondateur de la Fédération des créateurs audiovisuels et numériques

Laetitia LAMIC, directrice générale adjointe de Coyote Conseil (Absente)

Bouchra REJANI, présidente et fondatrice de WeMake

Laurent Robert THIBIERGE, Directeur Général d'Effervescence

Philippe Chazal introduit la session sur la filière de la production et de la création des formats. Elle sera suivie en décembre de la dernière session de la Mission sur les diffuseurs et les plateformes. Ainsi, toutes les parties prenantes auront été invitées.

Il invite les participants à consulter les comptes rendus des deux sessions précédentes et la liste des rendez-vous avec les différents interlocuteurs, en septembre et octobre 2019.

Il propose ensuite de s'inspirer de la filière de la mode et du luxe pour construire les réflexions autour de la notion de filière, et notamment celle des formats, mais également autour de la constitution d'un écosystème cohérent et complet.

Il donne la parole à François de Brugada qui est Directeur Général de Banijay, groupe français devenu le premier groupe mondial de la production audiovisuelle depuis le rachat du groupe néerlandais Endemol Shine.

François DE BRUGADA, Directeur Général de Banijay

Au sujet de la création, qui préoccupe l'ensemble des acteurs, et notamment les producteurs, le principal constat est qu'il n'y a pas de déficit de créations en France, mais une frilosité des chaînes à les mettre à l'antenne.

Selon lui, si la France veut bâtir une industrie des programmes, il faut bien sûr investir dans le documentaire, la fiction et l'animation d'une part, mais il faut aussi d'autre part investir dans les œuvres de divertissement. Il pense que le secteur fait une distinction, à tort, entre « les œuvres » et le flux, incluant des formats indifférenciés et non reconnus par la profession.

Lorsqu'il y a un format qui a de la valeur, qui est mis à l'antenne, qui séduit et qui se vend à l'international, il génère des revenus considérables.

Par exemple, lorsque *The Voice* est créé en Hollande, il y a environ 10 ans, il a eu un succès national, et s'est immédiatement adapté dans plusieurs pays, jusqu'à environ 70 adaptations dans le monde. C'est un format qui a généré d'importants flux financiers, qui reviennent à l'ayant-droit aux Pays-Bas. Un retour sur investissement qui permet de financer davantage de créations originales.

La principale difficulté, selon lui, est de trouver un moyen de multiplier les créations à mettre à l'antenne. Tant que les diffuseurs ne mettront pas à l'antenne des créations de formats, celles-ci auront trop peu de chances d'être validées comme étant prometteuses, à la fois sur le plan national et international.

Il souligne également que Banijay n'est pas dans la culture du quota à imposer aux chaînes pour les producteurs. Il suggère alors de donner les moyens à la chaîne de se « dé-risquer » sur une mise à l'antenne d'une création. Il considère que comme les chaînes sont assez conservatrices, elles se satisfont des marques à succès et les conservent à l'antenne le plus longtemps possible. Les chaînes choisissent des formats existants ayant déjà fait leur preuve

ailleurs (adaptations donc), ou font appel à des « reboots » de marques à succès dans le passé. Il n'y a donc pas assez de créations de formats, ni de valeurs.

Pour créer une industrie du format, il faut donc soit des quotas, soit une incitation de mise à l'antenne de créations.

Cela peut se concrétiser par un fonds public qui prendrait à sa charge une partie du risque, ou alors une SOFICA (fonds privé) qui pourrait prendre une part du retour sur investissement, pour que celle-ci ne soit pas à fonds perdu.

Philippe Chazal donne ensuite la parole à Jean-Louis BLOT. Il le questionne sur ce qu'il y a à apprendre sur les groupes internationaux comme Warner.

Jean-Louis BLOT, Président de Warner Bros France

Il pense que le facteur clé, autre que les diffuseurs et producteurs, réside dans la gestion des talents.

Il pense que la France n'est pas bien positionnée sur cette question. Les diffuseurs, selon lui, n'ont pas la capacité à gérer les talents sur le territoire français. Les agents ne les représentent pas de la bonne manière, selon lui, à l'international. C'est un problème géré dans le Luxe, mais pas en télévision.

Ce sur quoi réfléchissent Amazon, Netflix et HBO Max : comment attirer les talents ? Comment leur donner les moyens ? Comment leur permettre d'être créatifs ? Ce sont des enjeux essentiels pour lui, dans la création de formats originaux.

En France, les producteurs sous-estiment cette notion de talents. Il se questionne sur l'origine de ce constat : un manque de formations ? Un manque de possibilités de les trouver ? Un manque de possibilité pour eux de s'exprimer à travers le peu de cases de programmation disponibles ?

Sur l'aspect conservateur des diffuseurs, lorsqu'une émission marche, elle est omniprésente durant toute l'année, c'est un gage de réussite, mais cela représente également un frein dans la créativité.

La difficulté pour les producteurs serait de choisir entre utiliser des marques à succès pour être confiant sur les résultats financiers à la fin de l'année, ou alors de prendre des risques dans le lancement de créations originales.

Il se demande dans quelle mesure les producteurs seraient capables de prendre des risques pour lancer une nouvelle marque issue d'une création, pour remplacer une déjà existante et qui fonctionne.

Il constate qu'au Royaume-Uni, la BBC renouvelle de manière récurrente sa grille de programmes pour lancer des nouveaux concepts. Et les chaînes publiques et privées accompagnent les talents en les aidant à créer leurs propres sociétés.

Il se demande alors quand est-ce que les producteurs en France auront les moyens de prendre les risques, et de mobiliser des moyens pour gérer les talents et d'avoir confiance dans la création.

Philippe Chazal rebondit sur son 2^e point, en disant que la dimension internationale, c'est-à-dire la capacité pour un format de voyager et de vivre sur plusieurs marchés, constitue un atout dans le renouvellement des formats.

Il répond à Philippe Chazal en disant que les diffuseurs, en plus d'être conservateurs, ont une vision court-termiste. Ils veulent une émission prête à l'emploi, sur un temps réduit. Le système français investit davantage dans l'achat de format que dans la création et le développement de formats.

Philippe Chazal remercie Jean-Louis BLOT. Il propose ensuite à Bouchra REJANI, fondatrice de WeMake de prendre la parole.

Bouchra REJANI, présidente et fondatrice de WeMake

Elle souhaite compléter les propos précédents.

Le marché français n'est pas séduisant pour les créateurs de formats originaux.

Aujourd'hui, elle a quitté un grand groupe et a rejoint Pascal Breton en créant sa société WEMAKE dédiée à la création et l'entrepreneuriat de formats originaux.

Elle s'interroge sur comment avoir des champions de formats à l'international, tels que Banijay, et sur la création et le développement de formats originaux.

Elle propose alors plusieurs mécanismes :

- les formats doivent être traités à égalité avec les « œuvres ». Il y a une opposition flux et stock, mais la définition est souvent floue selon Bouchra Réjani.

Comme pour les œuvres de « stock » et les industries culturelles, le crédit d'impôt « recherche » ou « innovation » est bien adapté à la recherche et développement, avec des acteurs bancaires spécialisés par exemple dans les métiers de l'art (photo et peinture notamment).

Elle se demande alors s'il serait possible dans notre cas comme chez les autres secteurs d'y mettre les frais de recherche et développement des producteurs.

Philippe Chazal distingue alors le crédit d'impôt recherche et le crédit d'impôt innovation, deux dispositifs fiscaux qui concernent le développement. Cependant, la tendance du gouvernement n'est pas de faciliter ces crédits d'impôts, pour le moment.

- pouvoir encourager l'aide à l'export, avec le Ministère de la Culture, à travers la création de pavillons français sur les marchés internationaux, notamment pour les producteurs indépendants. Elle suggère également d'organiser au sein des ambassades des sessions de pitches, similaires à Europitchs. Elle souligne l'Initiative du PACTE qui a proposé à 100 sociétés britanniques de pitcher leurs formats à différents diffuseurs.

- une formation complète, qualifiante et technique, pour préparer les futurs dirigeants de l'audiovisuel aux enjeux de demain, c'est-à-dire, le défi des grands groupes, de la création, de la souplesse dans la gestion des rapports avec les plateformes, les chaînes historiques (françaises ou internationales) et les pure players.

Plusieurs formations sont proposées dans de grandes écoles publiques telles que le CELSA, Sciences Po, Paris Dauphine, HEC. Elle constate cependant que les notions de « médias » et de « communication » sont souvent confondues, à tort.

- la protection juridique. En France, elle estime qu'il n'y a aucune définition du format. Il y a des jurisprudences, mais pas de protection du concept de formats, ni sur son exploitation sur les plateformes et diffuseurs.

Philippe Chazal remercie Bouchra REJANI pour ses propositions, qu'il considère comme centrales. Il donne ensuite la parole à Christophe Koszarek, qu'il a rencontré en octobre 2019.

Christophe KOSZAREK, Producteur et fondateur de Jara Prod et Gilles CAMOUILLY, tous deux co-fondateurs de la Fédération des créateurs audiovisuels et numériques (FDCAN)

Leur analyse se focalise sur la législation en vigueur qui incite les éditeurs à privilégier le financement des œuvres dites « de création » en oubliant les formats de flux.

Ils considèrent que malgré la bonne volonté des producteurs, auteurs et créateurs, il est très difficile de créer des formats originaux sur le marché français. Les chaînes privées privilégient les formats étrangers, et les chaînes publiques font des économies sur les programmes de flux, car il n'existe pas, selon eux, d'obligations ou d'incitation à leur mise à l'antenne contrairement aux œuvres dites de création que sont les fictions, documentaires et animations. Or, ces créations originales sont nécessaires à la vitalité du secteur audiovisuel et à la défense de notre souveraineté culturelle. En outre, ces contenus sont particulièrement nécessaires pour les chaînes gratuites dans la concurrence avec les plateformes de SVOD qui n'ont pas la même proximité culturelle permettant de créer de tels programmes et se concentrent essentiellement sur les séries, les fictions et le cinéma.

A contrario, on constate d'ailleurs que la majorité des grands groupes de production étrangers sont des groupes de production de flux.

Christophe Koszarek se questionne alors sur la façon de créer un écosystème favorable au développement de formats, mais aussi au développement de PME françaises. Même s'ils saluent le succès de Banijay, ils insistent sur l'importance d'établir un tissu de PME, comme le

fait la BBC, qui a mis en place un dispositif de soutien aux PME anglaises sur son territoire afin de les aider à préserver les « idées originales anglaises ».

Dans ce contexte, la Fédération Française des Créateurs Audiovisuels et Numériques suggère les propositions suivantes :

- favoriser le pluralisme de la création française par la mise en place d'un quota de financement et de diffusion inédite de productions par des sociétés indépendantes faisant moins de 30M€ de CA annuel consolidé mondial ;
- créer un fonds de soutien (pouvant être rattaché au CNC) au développement à l'écriture et à la réalisation de pilotes de formats de flux originaux ;
- créer un dispositif fiscal qui incite à l'exportation par la création d'une surprime de crédit d'impôt de 25% pour les charges liées à l'exportation d'un format de création originale française indépendante et par l'augmentation de 40.000€ du plafond du montant du crédit d'impôt pour ce type de projet ;
- limiter la part de production interne de France Télévisions. Le recours accru à la production interne, tant éditoriale qu'en termes de moyens de production, se traduit par une augmentation des coûts unitaires de production dans les coûts de grille des antennes, au détriment du volume global d'investissement dans les programmes ;

Philippe Chazal ajoute que la plateforme de la Fédération sera dans les annexes du rapport.

Jean-Louis Blot revient alors sur la notion de talents, en incluant les producteurs et les directeurs artistiques, qui sont nécessaires au bon développement des formats.

Christophe Koszarek réagit alors en précisant que s'il peut être utile de créer une filière de formation des formats, il est indispensable au préalable de s'assurer des débouchés des dits formats sur le marché français. Or justement le marché français et son cadre réglementaire n'encouragent pas du tout, le développement de formats de programmes de flux aujourd'hui.

Jean-Louis Blot estime que les talents ne sont pas bien formés, ni bien gérés, ni liés à une société. Ils sont mal rémunérés, et n'ont pas la possibilité de mettre en avant leurs créations sur le marché.

Christophe Koszarek acquiesce sur la question de la formation, développée par Jean-Louis Blot. Il ajoute à cela que quelques rares formats français ont réussi à émerger grâce au soutien financier de la SAJE (société des auteurs de jeux) qui a pu cofinancer des pilotes et des conventions de développement. En revanche, il estime qu'il y a beaucoup de talents en France mais mal valorisés.

Il insiste sur la préservation des PME indépendantes qui sont à l'origine de la plupart des formats à succès. Au Royaume-Uni, elles sont souvent rachetées dans un second temps par des grands groupes audiovisuels.

Jean-Louis BLOT rebondit sur l'exemple de Christophe Koszarek en précisant que les producteurs britanniques ont des talents et qu'ils les gèrent à l'optimal. Il revient alors sur l'exemple de la BBC : lorsqu'il y a un talent émergent, elle finance son développement. En France, ce système est inexistant.

Philippe Chazal précise alors que la gestion des talents existe en France, mais dans d'autres secteurs, et non dans l'audiovisuel, actuellement.

Gilles Camouilly, justifiant une expérience de 20 ans au sein des groupes TF1 et France Télévisions avant d'accompagner les producteurs dans leur développement de créations originales, affirme qu'il ne faut pas opposer producteurs et éditeurs sur le sujet des formats de flux. Si la fiction a autant de succès dans les chaînes, notamment de service public, c'est parce que, selon lui, le cadre réglementaire les a obligés à dialoguer pour financer des projets à succès. La méthode doit pouvoir s'appliquer aux flux. C'est une question de survie pour les auteurs français mais aussi les éditeurs traditionnels qui valorisent leurs identités grâce aux émissions de flux et à leurs créateurs. Aujourd'hui, les talents créatifs du flux seraient moins valorisés que dans la fiction. Ils ne sont pourtant pas moins nombreux.

Les auteurs producteurs de type « showrunners » ne sont pas considérés dans le marché français alors que c'est un usage courant dans le marché anglo-saxon.

Les « créateurs producteurs » doivent être beaucoup plus soutenus par les diffuseurs français et en particulier dans le service public. Aujourd'hui le simple fait qu'un format soit issu du catalogue d'ITV ou Warner par exemple, est un gage de qualité et une garantie pour les managers d'antennes françaises. Il est important, selon lui, que les diffuseurs français contribuent à la légitimité des marques françaises en accordant autant de crédit aux producteurs français qui atteignent les mêmes résultats. Il estime également que la prise de risque, concernant les nouveaux formats, devrait être la même.

Philippe Chazal ajoute 2 points à ce stade de la discussion sur la notion de filière : il lui semble pertinent de raisonner en termes de « Licornes », « PME » et « Start-ups ».

Il est également frappé par le manque de diffuseurs en France. Il n'existe que 4 grands clients (France Télévisions, TF1, Canal + et M6). Il estime que le secteur devrait s'interroger sur les possibilités pour les chaînes, et notamment de la TNT, de monter en puissance.

Il propose ensuite à Jérôme Caza de poursuivre la discussion.

Jérôme CAZA, Producteur et fondateur de Pourquoi pas la lune (2P2L)

Il rebondit sur la remarque de Philippe Chazal en disant qu'il y a peu de chaînes de la TNT indépendantes.

Il souscrit à l'idée de permettre à des talents de monter leur société et d'être autonome. Mais attention à ne pas confondre avec le « fantasme » de l'auteur/réalisateur qui veut monter sa société pour réaliser ses films. Il ne faut pas confondre avec le talent qui se sent une âme « d'entrepreneur ».

Ainsi, au sein de 2P2L, il a proposé aux producteurs/créateurs de devenir associés dans des filiales dédiées afin de leur donner de l'autonomie, ce qui nécessite de les accompagner au quotidien.

Sur l'émergence d'un fonds qui participerait au financement du développement de formats, soit au niveau des chaînes, soit au niveau des sociétés de production. Il souligne l'existence

d'un fond d'investissement essentiel à encourager : la Fabrique des Formats, qui existe depuis 2016. Il revient sur le fait que le fonds d'investissement soit financé à 95% par une banque, avec un dispositif fiscal, mais que ni les producteurs, ni les chaînes n'ont au départ montré un véritable enthousiasme face à l'émergence d'un tel acteur dans le financement de pilotes.

Il fait le reproche au secteur d'avoir développé une mentalité de dépendance aux dispositifs étatiques (comme par exemple le CNC) afin d'être subventionnés, sans prendre de risques puisque ces aides ne sont pas remboursables.

Concernant les chaînes et il suggère de mettre en place des dispositifs incitatifs, fiscaux ou de bonification des quotas. Par exemple, si une chaîne diffuse plus de formats créés en France par des indépendants, cela pourrait compter double dans les quotas de productions de la chaîne.

Lorsqu'il invite à comparer avec les territoires étrangers, il constate que les budgets liés à la recherche et développement dans l'audiovisuel et particulièrement dans les chaînes en France sont minimes et pas à la hauteur des enjeux.

Il en conclut qu'il n'y a pas encore de filière des formats en France, ni de formations. Il appelle à les créer.

Il revient sur l'exemple d'*On n'est pas des cobayes* sur France 5, il a répondu à l'appel à projets de la chaîne. Il déplore le fait qu'à aucun moment lors de la conception du format il n'y ait eu ni avec son équipe en interne ni avec la chaîne, la prise en compte de la dimension internationale du format proposé à France 5. C'est un réflexe qu'il faudrait avoir systématiquement, que ce soit pour améliorer le format à l'origine et pour le rendre compétitif à l'étranger. C'est la conséquence d'un manque de compétences en France dans la création de format. Pour qu'une filière existe, il faut qu'il y ait une culture du format et pour la créer, il faut des débouchés. Ce n'est pas le cas actuellement.

PHC remercie Jérôme Caza. Il donne ensuite la parole à Laurent Robert THIBIERGE.

Laurent Robert THIBIERGE, Directeur Général d'Effervescence

Il ajoute à l'ensemble des remarques des autres membres du panel l'importance de revaloriser les auteurs, et notamment ceux soutenus par la SAJE qui se bat pour faire reconnaître ce statut d'auteur.

En ce qui concerne les divertissements et les jeux, mais aussi dans ce que les anglo-saxons appellent le « factuel » (« émissions du réel sur le terrain »), la reconnaissance du statut d'auteur de format est au cœur de la problématique. Dans certains groupes, notamment chez les diffuseurs eux-mêmes qui ont tendance à produire de plus en plus en interne, il n'est pas évident de reconnaître ce statut. Les personnes qui créent des formats sont souvent cantonnés, selon lui, à des salariés de départements de développement, et cèdent tous les droits, ce qui ne leur donne pas le crédit et la reconnaissance à la hauteur de l'enjeu actuel. Dans un autre genre, il ne viendrait pourtant en tête à personne de renoncer à reconnaître le statut d'auteur de fiction. Il estime que les métiers liés à un format ne sont donc pas suffisamment distingués : il prend l'exemple certains animateurs qui produisent eux-mêmes

leur format, ou des producteurs qui développent par eux-mêmes en recopiant des formats préexistants, etc. Et dans cet écosystème d'acteurs, il estime que l'auteur n'est pas assez reconnu ni respecté.

Il veut donc insister sur la notion d'AUTEUR de formats.

Sur la question de programmation par salves, il pense qu'il n'y a certes pas assez de case, ni de renouvellement, mais que comme l'identité des chaînes passe également par les formats de flux, l'été peut être une bonne période pour proposer au public de nouveaux formats. Pourtant, alors que les grilles de programmes d'été sont loin d'être désertées par le public, les chaînes ne programment de plus en plus d'émissions en rediffusion. Alors qu'avant, de nombreux formats se sont lancés durant l'été qui est un bon moment pour roder ces formats et rencontrer un public ouvert au changement, comme cela a été le cas pour les succès que sont devenus *Slam*, ou *Tout le Monde Veut Prendre Sa Place*.

Concernant certains appels à projets, il constate qu'il n'y a pas en général de réponses écrites et motivées de la part des chaînes. Il arrive même parfois qu'aucun format ne soit choisi alors même que plusieurs sociétés ont participé et investi dans ces appels à projets. Dans le secteur de la publicité, il existe un code de bonne conduite qui permet de régler ces questions dont on pourrait s'inspirer dans le secteur audiovisuel.

Pascal BRETON, directeur général et fondateur de Federation Entertainment

Aujourd'hui, il y a un contexte de vraie crise, dans le domaine du format. À part quelques exceptions, le format a perdu de la puissance en France et à l'international.

Notamment avec l'explosion de la fiction, le format a été dévalorisé. Depuis *The Voice*, les producteurs ne sentent pas qu'il y ait de grandes batailles mondiales. Il pense qu'« on est tellement dans le creux, qu'on ne peut que monter ».

Il considère qu'il y a une autre bonne nouvelle : les nouveaux joueurs du marché ont un appétit sans limites et voudront aller plus vite. Ce sont les plateformes.

Il y a selon lui une accélération du processus. Il faut maintenant arriver avec un développement prêt ; donc engager une 1^{ère} grande dépense.

Pascal Breton se demande alors comment financer le développement. Il souhaiterait impliquer le producteur dans la prise de risques sur la fiction et demain sur le flux. Il pense qu'il ne faut pas le faire avec les chaînes.

Il pense qu'en investissant sur le producteur, celui-ci peut faire levier avec des prévisions de gain ; il faut savoir mobiliser des fonds issus de structures privées. Il y ajoute que le CNC peut aussi avoir un rôle important dans ce dispositif de financement.

Sébastien Brunaud considère que ce ne sera pas possible de faire accepter le flux comme une œuvre à financer.

Philippe Chazal réagit en soutenant l'idée que pour le flux il faut probablement rechercher la création d'un fonds, et non dans le CNC pour le flux dans la mesure où celui-ci doit rester le financeur principal d'œuvres audiovisuelles.

Pascal Breton estime que le CNC a un rôle important parce qu'il dispose de moyens financiers importants, pour pouvoir investir dans la création. Il estime que la mission de l'organisme va intégrer le flux dans ses politiques de financement.

Christophe Koszarec ajoute que le CNC a ouvert des guichets pour des créations sur Youtube et sur le podcast.

Pascal Breton poursuit ; le développement est la clef, selon lui, avec de forts investissements du producteur en premier lieu, suivi par des leviers diverses (CNC, BPI qui favorise la création de pépinières de petits développeurs). Il faut selon lui structurer de l'argent public avant de le faire pour l'argent privé, dans le financement de développements.

Avec les nouveaux entrants que sont les plateformes, il y a un espoir de créer un format, dans un pays local, et de le reproduire à l'international, via les pays voisins.

Il propose d'intégrer à la réflexion une prime au succès : s'il y a un échec, les pertes d'argent sont limitées, s'il y a un succès, une prime permettra de valoriser des créations.

La conséquence serait que TF1 et les autres diffuseurs devraient être compétitifs. Par exemple, si *The Voice* est sur Amazon, TF1 devra trouver un format tout aussi puissant pour perdurer. Les chaînes devront donc créer leurs propres programmes. Et cela s'est vu avec l'arrivée des séries à succès sur Netflix, qui ont poussé les grandes chaînes à investir dans des contenus originaux.

S'il n'y a pas d'alignement d'intérêts entre les producteurs et les diffuseurs, il sera impossible de faire émerger des créations françaises.

Jérôme Caza souhaite compléter les propos de Pascal Breton en évoquant le fait que, via les accords, les chaînes sont associées aux recettes, et peuvent faire davantage de co-productions et réinvestir dans les productions. Il estime qu'il est normal pour une chaîne de détenir 50% des droits du format, après avoir soutenu le financement d'un format de producteur. C'est un partage pour les deux partis : production et diffusion.

Il est par contre difficile aujourd'hui quand une production veut redevenir indépendante, de garder ses formats et de les faire voyager.

Pascal Breton ajoute que les plateformes sont incluses dans la réforme de l'audiovisuel. Celle-ci incitera les nouveaux entrants (les plateformes) à partager les recettes et les droits sur les formats.

Bouchra Réjani considère qu'il y a un avantage à adresser les créations aux nouvelles plateformes émergentes, car elles constituent un espace de création. En termes de rémunération, les plateformes sont prêtes à investir dans l'ambition de certains formats. Il y a donc, selon elle, un problème d'accompagnement de financements en amont dans l'industrie audiovisuelle.

QUESTIONS

Janine Langlois-Glandier – Présidente de Forum des Medias Mobiles

Sur la formation des professionnels, elle pense qu'il serait judicieux de s'assurer que les présidents de chaînes, notamment publiques connaissent un minimum les métiers et le secteur avant leur désignation. Elle pense que prendre quelqu'un qui connaît et qui est passionné par le secteur, permet un gain de temps.

Durant les années 1980, sur 12 mois, elle a initié les lancements de La classe, La dictée, le 19/20, Le Divan. Elle insiste durant cette période sur la capacité des dirigeants à manager les talents, dans le développement et la création de formats audiovisuels.

Depuis l'éclatement de l'ORTF en 1974, elle pense que la télévision a su libérer de la création. Sur l'ensemble des remarques faites sur les aides, elle pense que la création sera stimulée avec la concurrence des plateformes. Elle est optimiste.

Michaël Mettoudi (fondateur de Good TV) rebondit alors en disant qu'aujourd'hui, il pense que la TV a perdu de son lustre, quand par le passé, elle faisait rêver.

Sur les nouvelles plateformes, il faut redonner de la passion et que les créatifs de la télévision passent un nouveau stade (au-delà de la programmation en prime-time) et soient mis en avant. Dans la nouvelle génération des youtubbeurs, il y a des genres hybrides à explorer et de nouveaux genres de flux, exploitables en télévision.

Il constate dans l'enseignement, qu'il n'y a pas de formations et pour le moment pas assez de débouchés sur le flux, malgré la passion que pourraient avoir certains élèves vis-à-vis de ce type de formats. Et il sent une perte de goût pour le flux de leur part, parce qu'il n'y a pas de perspectives professionnelles. Il y a donc une perte d'excitation dans la création du flux.

Jean-Louis BLOT réagit aux propos de Michaël Mettoudi en affirmant qu'il n'arrive pas à recruter des talents. Ne serait-ce que pour trouver le bon producteur. Il pense qu'il faut aller les chercher dans les écoles.

François De Brugada se rappelle alors ses premières années chez M6, qu'il voyait comme une vraie passion. Cependant, depuis 10 ans, les chaînes ont pris de moins en moins de risques, avec donc moins de créations, et moins de passion. Il espère alors que le rebond en France arrivera.

Philippe Chazal remercie les invités et testera les premières propositions au Ministère au début du mois de novembre. La dernière session aura lieu le lundi 2 décembre 2019.