

# S.O.S. Service public

## Vent de panique à tous les étages

Vent de panique à tous les étages.

Après s'être attaqué au code du travail, à la formation, à l'éducation, etc... Emmanuel Macron veut disrupter le PAF.

Ce qui est sûr, c'est que d'immenses bouleversements technologiques ont remis en question le rapport des français à leur poste de télé. Multiplication des chaînes, des écrans, internationalisation, délinéarisation, désaffection des nouvelles générations...

Ces bouleversements sont si rapides qu'on ne peut qu'avoir l'impression d'être en retard.

Dans ce contexte en perpétuelle évolution, quelle peut être la place du service public.

En quoi se différencie-t-il du secteur privé ?

Comment doit-il évoluer ?

Quels sont ses atouts et ses faiblesses ?

Pourquoi les Français devraient-ils payer pour ce service public ? Qu'est-ce qu'ils obtiennent en échange ?

Comme il a été suggéré dans un récent rapport, avant de parler des moyens, il faut parler de la finalité.

On voit bien pourquoi l'hôpital est un service public. Pourtant les cliniques privées existent.

On voit bien aussi pourquoi l'école est un service public. Pourtant les écoles privées existent aussi.

L'hôpital public permet à tout Français d'avoir accès à la santé.

L'école publique permet à tout Français d'avoir accès à l'éducation.

Le service public audiovisuel devrait pouvoir permettre à tout Français d'avoir accès... à quoi exactement ?

A l'information. Une information financée par l'état, c'est-à-dire par nos impôts, mais qui soit indépendante.

Au divertissement. Un divertissement qui ne contrevienne pas aux valeurs de la République, qui élève l'esprit, qui rassemble les français autour de valeurs partagées.

A la Culture. Ce grand mot, la Culture. Ce qui forme l'âme d'un pays. Ce qui reste d'une civilisation quand tout le reste a disparu.

La Culture, ce sont, la musique, le théâtre, les livres, la philosophie, et bien sûr les films.

Le service public devrait donner accès à une création originale, de qualité, accessible à tous.

Une création qui fasse réfléchir sur le monde dans lequel on vit. Qui permette de façonner un imaginaire commun. Qui amène le débat au sein de la société.

Parlons donc de ce qui nous concerne au premier chef en tant que réalisateurs, parlons de la création.

En quoi la création sur service public diffère-t-elle de celle du privé ?

A priori, le privé fonctionne sur le profit. Ses motivations sont donc de retenir le spectateur par tous les moyens. Si c'est un opérateur hertzien, il devra être le plus fédérateur possible pour pouvoir vendre des espaces publicitaires. Offrir aux annonceurs le désormais célèbre « temps de cerveau disponible ».

Si c'est un opérateur « câblé », comme Canal, Ocs, ou Netflix, il doit vendre des abonnements et donc proposer des contenus plus attirants que ceux de ses concurrents.

Pour les opérateurs privés, il n'y a pas, a priori, de mission éducatrice, de mission de service public (hormis les engagements pris auprès du CSA bien sûr).

La difficulté, c'est que, dans les résultats, on a bien du mal à distinguer en quoi notre service public fournit des contenus différents du privé.

La distinction est claire, concernant les petites chaînes de la TNT, tant les contenus sont indigents. Ou Arte, tant les contenus sont élitistes (sans notion péjorative derrière ce mot).

Mais concernant les grands opérateurs hertziens, la différence est ténue. Si ce n'est la quantité de pub que le spectateur du privé doit ingurgiter aux heures de grande écoute... Et encore... Le parrainage est presque aussi invasif...

Concernant les opérateurs câblés, c'est encore plus troublant. Ils s'adressent à des publics ciblés et doivent leur fournir des produits de qualité. Comme les cliniques privées, ils doivent leur livrer la meilleure offre du moment.

Ce qui fait que les meilleures fictions proviennent souvent de ces chaînes. Parce qu'elles sont dans l'obligation d'échapper au formatage, d'offrir l'excellence, qu'elles se surpassent et créent des œuvres de qualité. Elles peuvent, elles doivent, être plus transgressives, et par là même, donnent des œuvres qui paraissent mieux refléter la réalité que les fictions consensuelles des grands chaînes hertziennes.

Le service public doit répondre à des doubles contraintes, qui souvent l'immobilisent et le handicapent.

Concernant son rôle « éducatif » par exemple.

Le service public devrait être débarrassé de l'obsession de l'audimat. On n'imagine pas mesurer les profs à leur audimat. Sauf que l'école est obligatoire, pas France Télévisions... Donc, un service public très exigeant dans ses contenus prend le risque de faire fuir ses élèves vers des chaînes plus distrayantes. On voit là la difficulté. Résultat, le service public n'a jamais été aussi obsédé par l'audimat.

Ou bien concernant son rôle « fédérateur ».

Auparavant c'était plus simple, l'offre était limitée. Le service public donnait une vision de notre société qui pouvait servir de ciment social. On parlait ainsi de la grand-messe du 20 heures.

Mais le spectateur n'est plus captif. Il a d'abord eu le choix de multiples chaînes. Il a maintenant de plus en plus la maîtrise du temps, décidant de ce qu'il veut voir, et quand il veut le voir.

Quand à son modèle économique, on se heurte à une difficulté inhérente à son mode de financement.

Quand le citoyen paie ses impôts, il ne sait pas quelle est la part attribuée à la santé, l'éducation, la défense. Il n'a donc pas de possibilité de comparaison.

Pour l'audiovisuel public, c'est différent. Il voit précisément ce qu'il doit payer pour avoir accès à la radio et à la télévision publique. Il peut alors comparer, par exemple avec un abonnement Canal ou Netflix et ce qu'ils proposent. Ou à une chaîne de la TNT, gratuite, mais qui lui imposera un certain nombre de coupures publicitaires.

C'est ce qui rend si difficile tous les débats sur l'augmentation de la redevance.

L'audiovisuel public est donc pris dans un faisceau de contradictions telles qu'aucun des dirigeants qui se sont succédé dernièrement à sa tête, n'a pu proposer de vision originale. Aucun n'a été en mesure de redéfinir la finalité de ce service public 2.0 et d'en tirer des conséquences concrètes. Au mieux, nous avons vu à la tête de France Télévisions, de grands gestionnaires. Pas de grands visionnaires.

Pourtant, les évolutions technologiques et les bouleversements qu'elles amènent devraient être considérées comme des opportunités et non comme des calamités.

Par exemple, l'évolution majeure de ces dernières années, c'est de permettre la maîtrise de ce qu'on peut voir sur son écran (télé ou autre).

Le service public a beaucoup d'atouts dans ce domaine. Des dizaines de milliers d'heures de programme déjà diffusés, qui pourraient être mis à la disposition du citoyen. Un catalogue comme en rêverait plus d'un. Une façon aussi de répondre à ce qui pourrait paraître un invraisemblable gâchis : des œuvres qui ont coûté des sommes impressionnantes, n'ont pour l'instant qu'une vie limitée à trois, deux, voire une unique diffusion.

D'innombrables problèmes de droits se posent, mais aucun d'insurmontable, car c'est de l'intérêt de tous qu'une telle plateforme existe. L'idée d'un rapprochement avec l'INA est en ce sens, plus que bienvenue.

Il faudrait bien sûr, éditorialiser ce catalogue. L'organiser, le mettre en valeur, le rendre attractif. Mais surtout, le rendre gratuit et accessible à tous.

Ce qui est assez désagréable, pour le citoyen, c'est cette impression d'avoir à payer deux fois pour la même chose.

Pour l'instant, une partie des œuvres créées sur le service public, son catalogue, son patrimoine, sont visibles... sur Netflix. Cherchez l'erreur.

Internet permet aussi beaucoup plus d'interactivité avec le téléspectateur. Mieux le connaître, mieux connaître ses goûts, non pour en déduire des préconisations d'audimat, mais pour réfléchir avec lui à ses besoins profonds, pour dialoguer, pour enrichir une offre qui corresponde à une véritable attente. Pas pour en tirer des études de marché, calibrées pour doper l'audimat. Voilà une nouvelle façon d'envisager le rapport entre le service public et le citoyen qu'il est censé servir.

Le service public pourrait aussi pousser plus loin le principe de spécialisation par chaîne.

Et établir des passerelles plus efficaces entre les petites chaînes et la maison mère.

Ces chaînes devraient avoir de vrais budgets de fonctionnement, mais pouvoir fonctionner plus comme des laboratoires, prendre plus de risques, être de vraies terres d'innovation. Et quand les jeunes pousses ont prouvé leur vitalité, elles doivent pouvoir sortir de leur couveuse pour entrer dans la lumière de la « cour des grands ».

C'est tout un écosystème vertueux qu'il faudrait mettre en place, là où il n'y a que balbutiements et confusion.

Autant de pistes à explorer, d'orientations originales, rendues possibles par des transformations technologiques, si on prend la peine de les voir comme de nouveaux outils porteurs de progrès.

Pour faire naître cette nouvelle télévision publique, il paraît essentiel d'y associer ceux qui la fabriquent. Il n'y aura pas d'amélioration de la création sans les créateurs. Et les décideurs sont insensés de se méfier si systématiquement, de ceux dont le métier est d'avoir des idées, de l'imagination, des passions à partager. Dans les grandes télévisions d'Europe, il y a des créateurs aux commandes.

Dans cette période mouvementée pourtant, il ne faudrait pas confondre évolution et révolution, et parce qu'il y a des changements et réformes nécessaires, céder à la panique en explosant le système sans en mesurer les conséquences.

La Télévision Publique reste une grande puissance fédératrice. Elle attire tous les jours des millions de spectateurs, elle capte toujours l'attention de ces spectateurs pendant une partie importante de leur vie. Elle produit toujours un nombre d'heures de programme incomparable.

Elle reste incroyablement prescriptive.

Et cette puissance, si elle décline, est toujours dominante.

Cette puissance devrait être le socle sur lequel appuyer son évolution. Elle devrait se penser comme le navire amiral qui déploie ses corvettes dans les océans.

Cette puissance, étrangement, reste sous employée, minorée. Un paquebot comme France Télévisions, paraît embarrassé par sa taille, complexé par ses productions, honteux d'être ce qu'il est. Il ne se vit pas comme un géant des mers, prêt à toutes les conquêtes. Il devrait.

Il devrait voir sa taille comme une chance, lui permettant les audaces, imposant sa stratégie, traçant sa route en imposant son cap. On en est loin.

Cette réforme est une occasion unique de définir et construire ce que devrait être le service public numérique audiovisuel du XXIème siècle.

Le Groupe 25 Images regroupe les principaux réalisateurs de Télévision de France, abordant tous les genres, fictions unitaires, séries, formats courts, animation, nouvelles écritures et documentaire.

Nos intérêts ne sont ni économiques, ni politiques, mais uniquement tournés vers le désir d'améliorer la qualité de l'audiovisuel français.

Le moment de la réforme est venu.

Cette réforme est indispensable, car la révolution digitale a totalement transformé le mode de consommation des images et des sons.

Multiplication des écrans, règne des plateformes, délinéarisation...

C'est une nouvelle ère qui s'ouvre, et ce nouveau monde demande une transformation en profondeur de notre service public audiovisuel.

### LA RÉFORME, UNE NÉCESSITÉ

Mais cette réforme est aussi nécessaire car une lente dérive a conduit notre service public d'une part à se couper d'une grande partie de sa population, d'autre part à appauvrir son offre qui remplit de moins en moins ses missions premières.

## UNE OCCASION UNIQUE

POUR LE XXIÈME SIÈCLE

Cette réforme est une occasion unique de définir et construire ce que devrait être le service public numérique audiovisuel du XXIème siècle.

D'autres pays se sont déjà attelés à cette tâche essentielle. La Belgique, l'Italie, l'Angleterre...

Et nous serions inspirés d'étudier de près les difficultés qu'elles rencontrent et les solutions qu'elles ont mis en place. A faire du « benchmarking » comme on dit dans le monde de l'entreprise.

Dans notre expérience, il semble que le monde politique français, qui n'est pas le premier « consommateur » d'audiovisuel, a tendance à minorer le poids et l'importance de celui-ci dans la vie de la nation.

Aussi, voit-il comme une charge les milliards investis chaque année dans le secteur et se demande si un transfert vers d'autres pans de l'économie ne serait pas plus utile aux français.

**IL N'Y A POURTANT PAS DE VECTEUR PLUS PUISSANT POUR FORGER L'ÂME DU PAYS QUE NOTRE AUDIOVISUEL. ENCORE FAUT-IL QUE SES MISSIONS SOIENT CLAIREMENT DÉFINIES, ET QU'IL PUISSE S'ADRESSER À L'ENSEMBLE DE SES CITOYENS.**

Tout d'abord, il nous faut éclaircir une forme de sophisme qui perturbe les débats et les oriente dans une mauvaise direction.

On entend souvent dire que les chaînes de service public, et les chaînes privées se ressemblent et qu'il est difficile d'y voir une différence. Et donc, on se demande quelle est la légitimité du service public.

On se demande aussi comment les différencier.

C'est prendre le problème par le mauvais bout. Car il est inéluctable que des chaînes mises en concurrence finissent par se ressembler. Bien sûr, toutes veulent être différentes des autres, mais chacune veut faire la meilleure audience et observe l'autre. Quand elles voient quelque chose qui marche chez le voisin, leur tentation est grande de produire leur propre version du produit. Tout en recherchant dans le même temps, l'avantage concurrentiel qui les distinguera des autres.

Si TF1, pour prendre un exemple, s'aperçoit que les grands sujets de société sont prisés par le public de France 2, TF1 commandera des sujets de société, mais à sa manière. En mettant des moyens que France 2 n'a pas. Et TF1 produira un film sur les femmes battues qui fera un carton d'audiences. On se dira à ce moment, mais pourquoi ce n'est pas France 2 qui a produit ce film ? Et pourquoi a-t-on besoin d'un service public si le privé remplit la fonction ?

En fait, il y a deux cas de figure.

01

### Un vaisseau amiral

Ou bien le service public est fort, exigeant, créatif, et remporte des succès.

Et à ce moment, il se fait copier par le privé et c'est l'ensemble de l'audiovisuel qui s'élève.

C'est le cas bien sûr de cette BBC si souvent citée en exemple, qui a obligé les chaînes du privé à faire preuve d'excellence.

02

### A la traîne

Ou bien, dans le deuxième cas de figure, le service public est faible, frileux, boiteux, et il s'inspire sur ce qui marche dans le privé.

Il est à la traîne, et copie des recettes faciles à l'éthique discutable.

Et c'est l'ensemble du paysage audiovisuel qui en souffre.

Cela a été le cas de la RAI, pendant des années, mais il semble qu'elle ait enfin réagi.

**A L'HEURE DES DATAS ET DES ALGORITHMES, C'EST L'ENSEMBLE DU SYSTÈME QU'IL NOUS FAUT REPENSER.**

**EN TERME D'ACCÈS, DE DIVERSITÉS DE L'OFFRE, D'ÉDITION DE CETTE OFFRE, ET DE RELATION AVEC LE PUBLIC.**

**POUR QUE LES FRANÇAIS SOIENT ATTACHÉS À LEUR SERVICE PUBLIC AUDIOVISUEL, IL DOIT DONNER LE SENTIMENT DE LEUR APPARTENIR**

**ILS DOIVENT POUVOIR NOUER UNE NOUVELLE RELATION AVEC LUI.**

Auparavant, le manque de choix, menait de facto à une relation forte avec les chaînes du service public.

### Eviter l'écueil

Notre télévision publique a encore trop souvent tendance à tomber dans le deuxième cas de figure.

Et cette réforme devrait être l'occasion de trouver des solutions pragmatiques pour lui éviter cet écueil.

## CONTENUS EXCLUSIFS

UN COMPTE FRANCE TÉLÉVISIONS

### Aujourd'hui, la multiplicité des chaînes rend les attaches moins exclusives.

### ÉDITORIALISATION DES CONTENUS

Toute la problématique de l'édition des contenus, de leur communication au public, de leur marketing, doit être repensée. C'est là une immense faiblesse de notre service public.

S'il y a un domaine où nous sommes à la traîne, c'est bien celui-là.

S'il y a bien un domaine où il faut remanier les équipes, investir, faire une révolution des mentalités, c'est bien celui-là.

On doit donc renforcer les échanges entre les Français et leur service public.

Or le digital permet ces échanges.

Il permet de connaître bien plus en profondeur son public.

Il permet d'instaurer un dialogue fructueux.

Il permet d'adresser des messages spécifiques à telle ou telle partie du public.

Tous les français devraient avoir leur compte France Télévisions.

Comme ils ont leur compte Gmail, ou Apple, ou Netflix. Ce compte serait activé grâce au paiement de la redevance.

Par le biais de ce compte, ils devraient avoir accès à des contenus exclusifs.

Recevoir des messages personnalisés.

Avoir l'impression d'un rapport individuel, adapté à leur besoin, fait de suggestions, conseils, et à l'écoute de leurs demandes.

L'éditorialisation est un domaine stratégique primordial, par exemple, pour reconquérir les publics perdus.

La jeunesse, en premier lieu, essentielle à la pérennité d'un service public. Comment les jeunes consomment-ils les images aujourd'hui et comment s'adresser à eux ?

Quels contenus mettre à leur disposition ?

Par quels canaux ?

De multiples réponses à ces questions devraient déboucher sur des nouvelles solutions inventives et pratiques.

C'est peu dire que l'esprit de conquête ne flotte pas, sur ces sujets, dans les couloirs de France Télévisions.

NOUS NE REVIENDRONS PAS SUR LA NÉCESSITÉ D'UNE INFORMATION DE SERVICE PUBLIC, INDÉPENDANTE ET FORTE, QUI NE SE NOIE PAS DANS LE FAIT-DIVERS ET QUI LAISSE S'EXPRIMER LES AVIS DIVERGENTS.

NOUS NE DÉTAILLERONS PAS NON PLUS, POUR LES MÊMES RAISONS, L'IMPORTANCE DU SECTEUR DES JEUX, VARIÉTÉS, DU SPORT, DU FLUX... QUI SONT LES PREMIERS ACCÈS À UN PUBLIC EN DEMANDE DE DÉTENTE ET DE RENDEZ-VOUS FESTIFS.

Ce n'est pas notre domaine, mais il est évident que c'est une des missions essentielles d'un service public de télévision.

A l'époque des Fake News, elle est rendue d'autant plus indispensable et s'il n'y avait que cette mission, elle serait suffisante pour justifier l'existence de ce service public.

C'est dans ces secteurs que se crée la télévision populaire, et les exigences éthiques que le service public s'impose dans ces domaines ont des conséquences énormes sur les valeurs qui sont transmises aux spectateurs.

## NÉCESSAIRE DIVERSITÉ

ÉQUITÉ DE TRAITEMENT

Dans le domaine de l'information, comme dans le domaine du flux, de la fiction ou du documentaire, il nous semble que c'est à l'Etat de veiller à ce que soit représenté de manière équitable, l'ensemble de notre corps social dans sa diversité.

Une diversité dans les sexes, les âges, les origines, les milieux sociaux.

Au niveau des contenus, des présentateurs, des animateurs, des créateurs.

Cette équité de traitement est la seule façon de concerner l'ensemble des publics et de donner une légitimité incontestable à notre service public audiovisuel.

C'est loin d'être le cas actuellement.

**MAIS PARLONS MAINTENANT DU DOMAINE QUI NOUS OCCUPE SPÉCIFIQUEMENT : LE DOMAINE DE LA FICTION ET DU DOCUMENTAIRE**

## CRÉATION

On dit souvent que ce domaine constitue l'ADN d'une chaîne. Pourquoi ? Parce qu'il est censé représenter « ce qui dure », ce qui restera.

Une autre façon de dire les choses, c'est de parler de patrimoine.

Mais ce mot « patrimoine » a deux sens.

Le premier, le plus entendu, c'est le patrimoine du passé. Et l'on sait bien que la France est riche et puissante dans ce domaine.

Architecture, œuvres littéraires, musique, peinture, et toute son Histoire en général.

On comprend bien que plus le citoyen français sera mis en contact avec la richesse de ce passé, plus il s'attachera à son pays.

## PATRIMOINE

Mais le « patrimoine » c'est aussi ce que l'on crée dans le présent, et qui sera le patrimoine de demain.

Les œuvres qui durent donc.

Ces œuvres qui traitent de notre présent, mais qui peuvent être vues, et revues, et qui des décennies plus tard, sont des marqueurs et des points de repère pour les français.

### DES FAILLES

Et bien, c'est dans le domaine du patrimoine, pris dans ces deux acceptations, que les failles de notre service public sont aujourd'hui les plus flagrantes.

Là où la dérive est la plus dangereuse.

Là où le constat est le plus cruel.



## POLAR QUAND TU NOUS TIENS

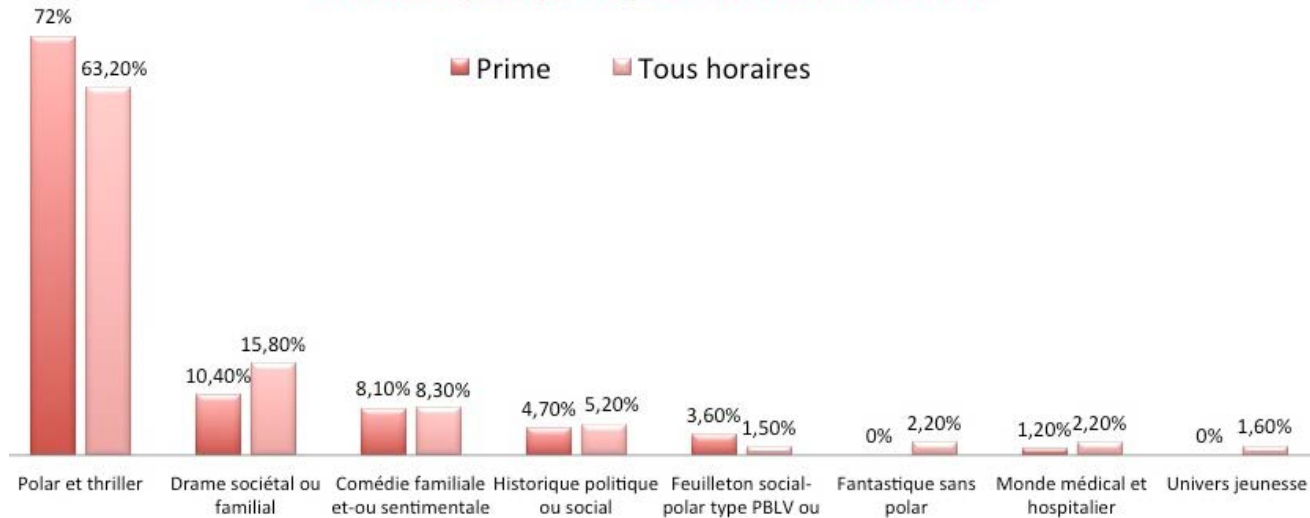
Pour s'en rendre compte, il faut se pencher sur les contenus, et laisser parler les chiffres.

Pour ne prendre qu'un exemple, en dix ans, nous sommes passés de 33,4% de films policiers et thrillers sur les antennes à 63,2%.

Et ce pourcentage s'élève à 72% si on considère uniquement le prime time.

Et à 83% si l'on intègre les séries policières étrangères !

Fiction française genres par tranche horaire en 2017



Ce que nous voyons donc, c'est un appauvrissement terrible de l'offre, des pans entiers de notre société absents des écrans, un désintérêt quasi total pour notre histoire passée, et une création qui donne l'impression au spectateur que le monde se résume à une série de faits-divers sordides résolus par des tandems de policiers ou de gendarmes sympathiques.

Est-ce cette vision de notre pays que nous voulons transmettre aux générations futures ?

Et quel est l'impact de ces meurtres en série, de cette vision uniquement policière de la société sur nos concitoyens ?

Au Groupe 25 Images, nous avons mis sur pied un outil pour mettre en valeur la richesse de ce Patrimoine Audiovisuel. La Teletek : une banque de données regroupant par thèmes, par genres, par époques, l'ensemble des fictions produites par la télévision publique.

Pour cette plateforme avant l'heure, l'idée était de mettre en relation les professeurs de l'éducation nationale avec ces contenus, leur permettant d'enrichir leur cours, et d'intéresser leurs élèves.

De créer des passerelles entre notre audiovisuel public et l'éducation de nos enfants. Nous avons abordé les problèmes de droits avec le monde de la production (car en tant que créateurs des œuvres nous sommes particulièrement bien placés pour servir d'intermédiaires).

Nous avons intéressé les uns et les autres, y compris l'INA mais cette initiative était un peu trop précoce et s'était arrêtée là, faute de moyens.

Aujourd'hui, c'est ce type d'initiative, rendue plus simple à mettre en place et plus pertinente qu'hier, qu'il faudrait développer.

## L'ACCÈS AUX ŒUVRES

Globalement, le problème de l'accès aux œuvres doit être un des chantiers majeurs de cette réforme.

Que ce soit sur les questions de droit, sur le fonctionnement de la catch up, vod, et sur bien d'autres points.

Dans ce domaine, l'Etat devrait pouvoir mettre les uns et les autres autour de la table et jouer son rôle d'arbitre.

De même, alors que nous sommes à l'aire du décloisonnement entre les différents médias, sous l'impulsion de l'Etat, ce décloisonnement en cours devrait être encouragé.

Des regroupements d'intérêt facilités.

Mais principalement entre les différents secteurs publics.

Comme par exemple, la récente association des télévisions d'état scandinave dans le consortium Nordic 12.

Une mise en commun des moyens pour produire des séries de meilleure qualité.

Ce type d'association encore une fois, doit être une initiative publique. Y associer le privé est fort risqué.

On le voit, le chantier de réformes s'annonce vaste et prometteur.

Pour que l'ensemble de ces réformes soit accepté par le milieu professionnel et compris par les citoyens, il paraît essentiel que les principaux représentants y soient étroitement associés, dont les créateurs, trop souvent écartés ces dernières années, de toutes les instances décisionnaires.

Il faut que nous réfléchissions également ensemble, à la façon dont nous communiquerons les décisions à la Nation.

Cette réforme nécessaire et indispensable, peut être une grande chance pour nos professions, pour nos concitoyens, pour notre pays. Ne la laissons pas passer.

# Dix ans déjà !

## Mouvement du 2 juin



Il y a dix ans exactement, toutes les associations qui comptent dans notre métier se réunissaient au Châtelet pour faire entendre leur inquiétude et leurs espoirs devant la réforme surprise annoncée par Nicolas Sarkozy.

A l'époque, il s'agissait de supprimer la publicité après 20h, pour libérer la télévision de service public de l'obsession de l'audimat et la différencier du privé.

Pour tous les professionnels réunis ce soir-là, l'inquiétude de voir une importante part

du financement s'évaporer avec l'arrêt de la publicité, laissait craindre le pire.

Personne ne pouvait être contre l'idée de voir disparaître cette publicité, mais l'impréparation totale de la réforme, son manque évident de vision stratégique avait de quoi laisser perplexe.

Dix ans plus tard, on peut faire le bilan de cette réforme.

Grâce à notre mobilisation, la bérézina budgétaire n'a pas eu lieu.

La publicité a bien disparu des antennes (à vrai dire, en grande partie remplacée par toutes formes de partenariats), mais l'obsession de l'audimat n'a pas disparu pour autant.

C'est même le contraire qui s'est passé.

Dix ans plus tard, le paysage audiovisuel a été totalement bouleversé.

Et une réforme à l'époque incongrue, est devenue soudain nécessaire.

Mais y-a-t-il plus de vision stratégique derrière cette réforme qu'il n'y en avait alors ? Rien n'est moins sûr.

Malgré le changement d'époque, nous voulons recenser ici quelques mesures que nous proposons et qui restent pertinentes.

Nos amis Charb et Cabu avaient croqué avec bonheur les deux soirées organisées par le Mouvement du 2 juin.



Mouvement du 2 juin - Soirée aux Folies Bergère du 2/06/08

### Chercher la voie de nouvelles écritures audiovisuelles

Innover, c'est contribuer au développement de notre société : la télévision publique doit être le cœur de cet espace de liberté et de création.

C'est pourquoi le service public a la responsabilité d'organiser une vitrine pour la recherche audiovisuelle.

Cela implique un budget et des cases de programmation dédiées.

Casser les codes, proposer de nouvelles narrations, oser traiter les tabous, organiser l'imprévisible et accepter les points de vue décalés : tel pourrait être le cahier des charges de cette télévision innovante que nous voulons.

Une voie exigeante qui impose de prendre des risques et de les assumer pleinement, hors de toute concurrence frontale avec le privé.

### Ouvrir plus grand la porte aux nouveaux talents

La place faite aux nouveaux talents doit faire partie des indicateurs de performance de la télévision publique.

Cela concerne toutes les facettes de l'expression audiovisuelle : écriture, réalisation, musique, mais aussi comédiens, animateurs, artistes, etc.

Il s'agit, pour le service public, de se mettre résolument à l'écoute des nouveaux talents, pour s'ouvrir à une multiplicité d'univers dans notre monde en perpétuel mouvement.

Chaque chaîne devrait avoir un service de veille intégré. Une personne dont le rôle spécifique est de chercher, visionner, sortir, repérer, sentir les nouvelles tendances, faire des synthèses et propositions aux responsables des programmes pour les tenir au courant des nouveautés.

Respecter l'intelligence du téléspectateur — donc ne pas s'interdire la présentation avant 23 heures d'une pensée élaborée.

S'adresser à la pluralité des publics, résister à la tentation de fédérer à tout prix ou de privilégier la cible préférée des annonceurs : voilà l'ambition du service public.

### Maintenir et recréer l'émulation et la concurrence internes

La structure des unités à l'intérieur du service public doit laisser ouverte la possibilité d'une concurrence entre chargés de programmes.

C'est une protection nécessaire contre les effets néfastes de connivences ou d'inimitiés personnelles.

C'est aussi une source bénéfique d'émulation, facteur essentiel à la création.

### Renouveler les formes de communication et de « marketing » des programmes

Tous les diffuseurs ont entamé une réforme de leurs méthodes de communication et de lancement des programmes, qu'ils soient unitaires ou en séries. Il faut accélérer cet effort, ce qui suppose une collaboration plus étroite, en amont comme en aval, entre toutes les parties concernées.

Assumer et revendiquer ses choix, pour mieux les porter auprès du public, doit faire partie des missions de ce service public que nous voulons fort d'une ambition décuplée.

Au sein du groupe France Télévisions, les unités de fabrication et de programmation doivent travailler également en osmose dans le souci d'une exposition optimale des œuvres.



Mouvement du 2 juin - Soirée au Châtelet du 15/09/08

### La qualité des programmes des différentes chaînes publiques doit constituer la référence.

L'ambition d'audience, si elle participe d'une saine émulation, ne doit pas devenir une obsession.

Il est urgent de rattraper le retard technologique de France Télévisions pour offrir au public la plus large gamme de diffusions possibles — comme c'est déjà en place ailleurs — et s'adapter ainsi aux nouveaux modes de consommation. France Télévisions doit mieux exister et briller sur le net.

### Accepter et promouvoir la pluralité des points de vue

La télévision publique ne saurait avoir pour rôle de penser à la place du téléspectateur.

Au contraire, la pluralité des points de vue est le gage d'un éclairage plus riche.

Il n'est donc pas choquant — il est même souvent souhaitable —, que plusieurs œuvres puissent traiter d'un même sujet ou de sujets proches.

Ce pluralisme est d'autant mieux garanti qu'il est le fait de personnalités diverses, avec leurs sensibilités et leurs approches propres, tant à l'intérieur de la chaîne qu'à l'extérieur.

### Construire le patrimoine de demain

La télévision publique ne peut se limiter à l'adaptation du patrimoine d'hier et à la diffusion de programmes « jetables ».

Pour inventer les écrans de demain, il n'est pas question de s'adapter au public mais au contraire d'avoir l'audace de créer et de proposer ce qu'il n'attend pas.

De ce point de vue, il serait opportun pour le service public de soutenir et d'encourager les projets issus de dispositifs tels que le Fonds Innovation du CNC.

### Le pouvoir de décider doit être décentralisé dans des « pôles de création » autonomes

Les responsables des pôles de création doivent être dotés d'une véritable autonomie créative et budgétaire.

Aux responsabilités qu'engage cette autonomie des décideurs, répond la responsabilité des créateurs, qui doivent être jugés sur la globalité de leurs choix artistiques et non contrôlés jour après jour sur chacune de leur décision.

De la concurrence et de l'émulation entre pôles naîtront des projets plus ambitieux et moins formatés.

Cette autonomie, assortie d'une meilleure répartition des responsabilités, est indispensable pour garantir un fonctionnement sain et construire une authentique relation de confiance.



# Le réalisateur et la réforme

## Etat des lieux

### A - RÉALISATEURS EN ACTIVITE

Entre 2013 et 2016, on recense 320 réalisateurs de fiction télé classique et de séries digitales ou web-fiction\*.

Sur ces trois cent vingt réalisateurs, seuls 290 réalisateurs sont en première diffusion dans ces 4 années 2013-2016. Sur ces 290 réalisateurs, 123 (42,7%) ne travaillent qu'"épisodiquement" : environ un film de 90' ou quelques épisodes de 52' répartis sur 4 ans.

Parmi les 290 réalisateurs, 45 (15,5%) dont 12 réalisatrices, sont cantonnés aux web-séries, animation, "shortcoms" et 13' ou 26', et n'ont pas encore la confiance des producteurs et diffuseurs pour accéder au primetime.

En haut de la pyramide des 290, environ 30 réalisateurs très demandés (dont 3 réalisatrices) travaillent sans interruption. Dans cette trentaine, 15 sont « dans les nuages » autour de 20 x 52' ou 10 x 90' (ou un mélange des deux) en 4 ans.

Et 5 champions (1,7%) sont dans la stratosphère avec 11 ou 12 x 90' de 2013 à 2016.

On constate aussi qu'une génération "à cheveux blancs" de 50 à 70 ans a été écartée par les diffuseurs et producteurs, en dépit de sa grande expérience et de son talent, y compris en séries, alors qu'au cinéma, c'est la tranche d'âge des réalisateurs connus et créatifs.

Il n'y a que 55 réalisatrices (17%) sur les 2230 heures comptabilisées en diffusion. Et ces 17% de femmes n'ont réalisé que 10% de ces heures, ce qui signifie qu'on leur confie des tournages moins importants !

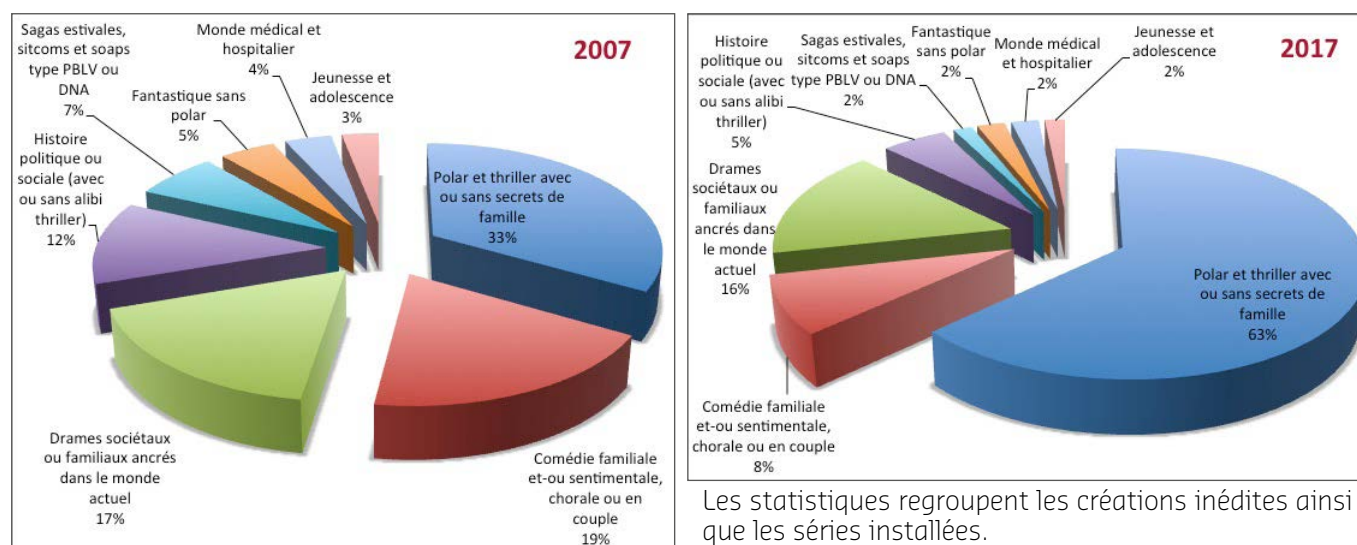
Enfin, hors du cadre quadriennal 2013-2016 étudié ci-dessus, un recoupement avec les chiffres de 2006 montre que le nombre de réalisateurs employés en 2016 s'est réduit d'environ 25% en une décennie sur un volume de production qui n'a baissé que de 10%. (...)

### B - EVOLUTION DU PAYSAGE TÉLÉVISUEL

Pour bien comprendre la situation des réalisateurs de fiction, il convient d'étudier aussi l'évolution de la création audiovisuelle, aussi bien dans ses genres que dans ses formats. Les graphiques ci-dessous analysent dix ans de fiction.

- Les graphiques 1 et 2 comparent, entre 2007 et 2017, les différents genres de fiction, tous horaires confondus (journée + access + primetime) sur les grandes chaînes, hors TNT.
- Les graphiques 3 et 4 compare les diffusions 2017 par genre, en journée et en primetime.
- Les graphiques 5, 6 et 7 comparent l'évolution des formats entre 2002, 2007 et 2017.

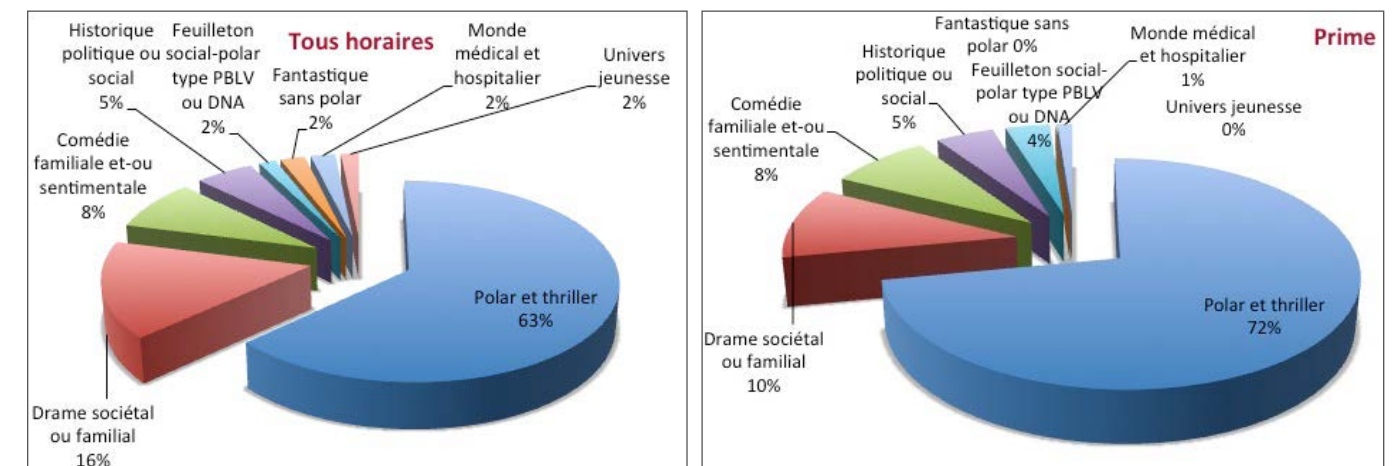
### LES DIFFÉRENTS GENRES DE FICTION, TOUS HORAIRES CONFONDUS (JOURNÉE + ACCESS + PRIMETIME) SUR LES GRANDES CHÂÎNES, HORS TNT



Les statistiques regroupent les créations inédites ainsi que les séries installées.

Pour mémoire, il y a 77,6% d'inédits et 22,4% de rediffusions. (chiffres CNC 2017)

### DIFFUSIONS 2017 PAR GENRE, EN JOURNÉE ET EN PRIMETIME

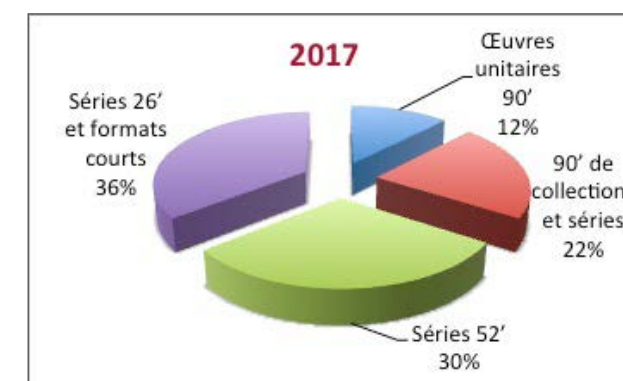
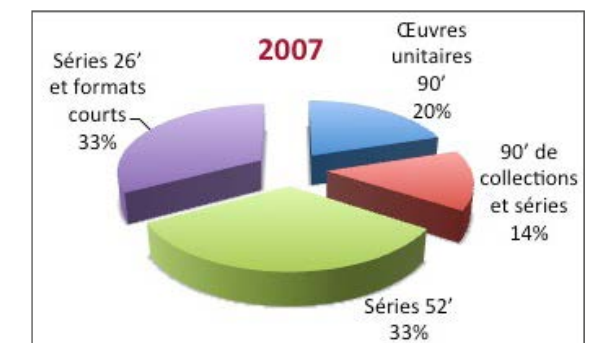
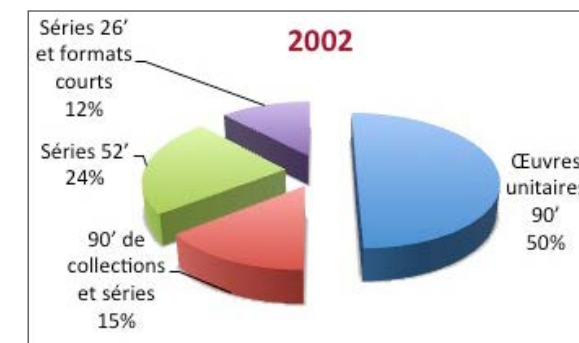


- Dans ces graphiques, le feuilleton 26' type PBLV ou DNA semble famélique en 2017, à 3,6 % de représentation par genre. Mais attention : en temps d'antenne, sur 758 heures de fiction produites en 2017, près de 40% sont des 26' comme PBLV et des shortcoms type Parents mode d'emploi, il ne reste que 450h de fiction primetime (60%), là où les anglais sont à 1000h !

- Le polar français 2017 de primetime (52' et 90') atteint 72 % en fiction de soirée et monte à 83 % si l'on y intègre les séries policières étrangères ! Et il est présent à 63 % en tous horaires de diffusion. Bonjour la diversité éditoriale.

- Selon la dernière étude CSA, à la télévision française, dans les polars 90' et 52', il y a 10 scènes violentes par heure, dix fois plus que des scènes d'amour. 150 morts par semaine. Près de 8.000 morts par an sur nos écrans de fiction ! Le polar exubérant des diffuseurs français tue deux fois plus que la route et va bientôt rattraper la NRA, le lobby US des armes !

### ÉVOLUTION DES FORMATS ENTRE 2002, 2007 ET 2017



- Comme on le voit dans ces graphiques, une seule décennie provoque l'implosion des œuvres unitaires, accélère l'expansion des séries 52' et en 90' de collections, et confirme le grand succès des programmes courts de comédies d'access primetime.

- Marginalisée, l'œuvre unitaire, hors collections, tombe de 49,9 % en 2002 à 12,3 % en 2017. Et sans Arte qui préserve l'unitaire d'auteur à 28 %, le chiffre serait bien pire...

- En 2017, les séries et collections mobilisent 87,7 % de l'antenne primetime des chaînes nationales historiques. Dans cette tranche de 87,7%, il y a 70,2% de séries 52', 26' et courtes.

\* Etude réalisée par Dominique Baron

## Conclusion

Moins d'unitaires signifie moins de diversité dans les sujets et les genres abordés, moins de techniciens et d'acteurs, et bien sûr moins de réalisateurs en activité.

Principal diffuseur d'unitaires, France 3 a diffusé environ 150 films de 90' en 4 ans. Mais 75% d'entre eux (102) appartiennent aux séries comme *Magellan*, *Mongeville*, *Le sang de la Vigne* et surtout aux collections meurtrières « Sang pour sang made in France », comme dit le slogan inventé par France 3 pour les présenter.

Ces collections polar France 3 ont au moins le mérite de diversifier les équipes de producteurs, scénaristes et réalisateurs, à condition d'éviter le cumul chez certains.

Ainsi une série 90' France 2 née en 2011 a eu ses 12 épisodes 90' attribués à un seul réalisateur, et non pas 4, 6 ou 8 ! Cumul aussi fréquent pour certains scénaristes...

## Le cas des séries internationales

Autre facteur de précarité du réalisateur de télévision : les groupes audiovisuels développent des séries internationales soi-disant françaises et tournées en anglais : *Borgia*, *The Missing*, *Versailles*, *Crossing Lines*, *Taxi Brooklyn* ou *The Collection* etc.

Mais à l'exception de *Marseille* (Netflix, seule série internationale vraiment française !), ces séries n'ont d'hexagonal que l'argent du CNC et quelques décors importants, matériel technique et techniciens, alibis au crédit d'impôt. Les acteurs et réalisateurs sont anglophones à 90%.

Ces séries peuvent servir notre rayonnement international mais leurs coûts vampirisent le faible volume budgétaire de notre fiction, gelée depuis dix ans au dernier rang européen : 750 heures en 2016, dont 40% de programmes courts ! Soit seulement 450 heures de primetime quand les anglais y sont autour de 1000h et les allemands à 1500h !



## C / CE QUE POURRAIT APPORTER LA RÉFORME ANNONCÉE

### Pas d'amélioration de la création sans les créateurs

Puisque cette réforme s'intéresse aux contenus, la première chose à faire est de faire participer les créateurs à son élaboration.

Le réalisateur doit réintégrer le processus créatif dont il a été progressivement écarté.

### Un rééquilibrage nécessaire au profit des collections et des unitaires.

Ces dernières années, le refrain général était : « Sortez du 20<sup>ème</sup> siècle, l'œuvre unitaire n'a plus sa place dans la fiction moderne ».

Erreur et méconnaissance. Les unitaires et collections anglaises de 90' thématiques rencontrent toujours de grands succès sur ITV, Channel 4, ou HBO aux USA.

Notre fiction hexagonale compte aujourd'hui 87% de séries, où dominant 80 % de polars !

Si un effort essentiel doit être fourni pour la qualité des séries françaises à l'international, il est irresponsable de leur sacrifier collections, unitaires et mini-séries.

Diversité des sujets, prise de risque fractionnée, augmentation du nombre de techniciens, acteurs, auteurs en activité... Il est vital de préserver ce qui faisait la force de la création télévisuelle française.

### Diversité à tous les étages

L'Etat doit donner une feuille de route indiquant clairement que la société française doit être représentée sous toutes ses formes de société et de visages.

Pour tendre à une certaine parité, les réalisatrices doivent trouver une plus grande place dans les œuvres produites.

Pour une création multiple et innovante, il est nécessaire d'élargir le recrutement des réalisateurs en s'ouvrant davantage à différents milieux sociaux et différentes origines.

Diversité dans le choix des sujets abordés, adaptation littéraire, politique, film de genre, jeunesse, il faut impérativement réussir à sortir du tout-polar.

## De nouveaux espaces d'expression

L'ouverture de nouvelles cases de diffusion en deuxième partie de soirée, la fameuse arlésienne, pourrait largement concourir à faire émerger de nouveaux talents.

Des collections thématiques proposées à différents interlocuteurs, tant parmi les producteurs que les scénaristes et les réalisateurs.

Retrouver le trio créatif serait donner une nouvelle chance au service public de créer les conditions d'une offre riche, intense et cohérente.

### Des économies, mais à quel prix ?

On peut produire des fictions moins chères sur le service public. Mais cela doit se faire en échange d'une liberté de création accrue. Plus de contraintes budgétaires devrait donner lieu à des films avec moins de contraintes artistiques. Des castings plus surprenants, des équipes moins formatées, des méthodes de tournage sortant des sentiers battus. On permettrait ainsi l'émergence de nouveaux talents dans des films laissant plus de place à l'audace, et redonner ainsi au service public sa puissance d'innovation.

### Retrouver une cohérence entre programmes et programmation

Les créateurs devraient pouvoir être impliqués de bout en bout de la fabrication des films, jusqu'à leur mise à l'antenne. Trop souvent, les réalisateurs constatent le divorce qui existe entre les responsables qui leur commandent les films, et ceux qui doivent les mettre à l'antenne. Dans un contexte de concurrence médiatique exacerbée, une exposition cohérente et judicieuse des films devient pourtant essentielle. Cela ne pourra se faire qu'en restaurant un dialogue constructif entre tous les partenaires concernés.

## L'essentiel mais le plus menacé

Notre fiction n'ira au sommet que lorsque son volume de production sera en forte hausse. Or malgré les promesses à répétition, le budget consacré aux œuvres patrimoniales (fiction, animation, documentaire, spectacle vivant) est en baisse constante : 484 millions en 2014 et 462 en 2016 (chiffres CNC).

Nous sommes figés à un volume indigne de la créativité française : entre 730 et 780h par an depuis 2009 (1028h en 1996 !), dont à peine 60% pour le primetime.

Dans notre budget fiction, le plus faible des grands pays d'Europe, la répartition ne devra pas privilégier les séries internationales, certes nécessaires, mais qui pourraient grever les 60% du budget non investis en shortcoms et feuilletons PBLV F3 ou Grand Soleil F2.

Et n'oublions jamais que nos vraies réussites à l'export sont des séries nationales en langue française : *Engrenages*, *Un Village Français*, *Braquo*, *Baron Noir*, *Les Revenants*, *Les Témoins*, *10%*, *Le Bureau des Légendes*, etc., (...)

Augmenter le volume de fiction - en heures et en budget - est le seul remède à la crise qui, au-delà des réalisateurs et des scénaristes, frappe aussi les producteurs indépendants (plus de la moitié des 130 recensés est en survie). Ils récoltent pourtant 80% des récompenses dans les festivals ! Il doit bien y avoir une raison à cela...

Steven Van Zandt, star des Sopranos, guitariste de Bruce Springsteen, acteur principal et showrunner de *Lillyhammer*, série foldingue qu'il a coproduite avec Netflix :

« Plus on respecte les cultures, les langues et les particularismes locaux sans chercher à plaire au monde entier et plus on a de chances de plaire au monde entier ! ».

