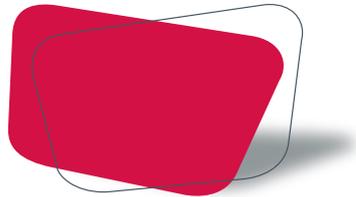


# ACTES



# SÉRIE SERIES

Les rencontres de Fontainebleau



# APA

ASSOCIATION POUR  
LA PROMOTION DE  
L'AUDIOVISUEL

APA, 9ÈME JOURNÉE DE LA CRÉATION

1<sup>re</sup> édition des Rencontres de Fontainebleau 5-7 juillet 2012

Le mois de juillet 2012 a vu la naissance de Série Series, les Rencontres de Fontainebleau, le seul événement exclusivement dédié aux séries TV, conçu par ceux qui les font.

Cette première édition a réuni 550 professionnels européens pour trois jours de projections, sans compétition ni remise de prix, de rencontres professionnelles et avec le public, pour créer ensemble, les séries TV de demain.

Pour cette année de lancement, Série Series et la 9ème Journée de la création organisée par l'APA ont décidé d'unir leurs forces afin de fédérer l'ensemble de la profession et des métiers d'un secteur audiovisuel en pleine mutation.

Ce document présente les Actes issus des débats, masterclass et séances de décryptages de séries organisés à Fontainebleau au cours de ces 3 journées de rencontres inédites.

## SOMMAIRE

### APA 9<sup>ÈME</sup> JOURNÉE DE LA CRÉATION,

MOT D'ACCUEIL DE JEAN-FRANÇOIS BOYER	4
INTERVENTION DE RÉMY PFLIMLIN	5
INTERVENTION DE DAVID ASSOULINE	6
DISCOURS DE MICHEL BOYON	7
COMMENT MIEUX EXPORTER LES SÉRIES FRANÇAISES ? Débat économique.	8
QUELLES HISTOIRES, POUR QUELS PUBLICS ? LE MODE DE FABRICATION DES SÉRIES À SUCCÈS. Débat artistique.	10
PRÉSENTATION DU BAROMÈTRE 2012 PAR BENOÎT DANARD	11
INTERVENTION DE PHILIPPE BRUNET	12
QUAND LES SÉRIES FRANÇAISES S'ÉVEILLENT. Débat politique.	14

### SÉRIE SERIES

OUVERTURE DE LA 1ERE EDITION DE SERIE SERIES	17
DOMINIC MINGHELLA, showrunner : l'exemple britannique, Masterclass	18
'THE HOUR' (BBC – Grande Bretagne), Etude de cas	20
DROIT D'AUTEUR & COPYRIGHT	22
LA COPRODUCTION EUROPÉENNE DE SÉRIES	24
'REAL HUMANS' (SVT – Suède), Etude de cas	26
'THE KILLING' (Danemark), Etude de cas	28
LES DISPOSITIFS D'AIDE AU FINANCEMENT POUR LES SÉRIES EN EUROPE	30
LA COMPOSITION ORIGINALE DE MUSIQUE DE SÉRIES TV	32
'LILYHAMMER' (NRK – Norvège), Etude de cas	34
'INQUISITIO' (France 2 – France), Etude de cas	36
'PROFILAGE' (TF1 – France), Etude de cas	39
'VESTIAIRES' (France 2 – France), Etude de cas	40
'THE BRIDGE' (SVT, DR – Suède, Danemark), Etude de cas	42
'CAÏN' (France 2 – France), Etude de cas	44
'LES LASCARS' (Canal + – France), Etude de cas	45



## JEUDI 5 JUILLET

9<sup>ÈME</sup> JOURNÉE DE LA CRÉATION,  
ORGANISÉE PAR L'APA,  
Association pour la Promotion de l'Audiovisuel

Mot d'accueil de

**JEAN-FRANÇOIS BOYER,**  
Président de l'APA et producteur

La « Journée de la création », dont c'est aujourd'hui la 9<sup>e</sup> édition, est avant tout un lieu d'échange, de dialogue. Jean-François Boyer remercie tous ceux qui contribuent depuis des années à l'organisation et à la réussite de ce rendez-vous, devenu incontournable pour la profession. Il tient notamment à souligner la clairvoyance de la commission des affaires culturelles du Sénat qui a su reconnaître que l'Audiovisuel était un secteur créateur d'emplois et il salue au passage la délégation des jeunes producteurs indépendants dignement représentée dans l'assemblée. La Journée de la création est aussi un lieu de promotion de notre culture, via des programmes qui s'exportent, et au-delà encore, un lieu de challenge de nos traditions et/ou « idées reçues ». C'est d'ailleurs pourquoi un focus particulier est fait cette année sur les séries TV, particulièrement propices à bousculer nos habitudes !



En effet, force est de constater que la série télé est devenue un genre à part entière, un « bien culturel », comme l'a été le cinéma d'auteur des années 60. La Télévision est certes capable « du pire et du meilleur », mais le combat pour produire des séries de qualité est bel et bien engagé, à la fois culturel et politique, un combat pour l'innovation et pour la jeunesse. À cet égard, Jean-François Boyer regrette vivement l'absence de la Ministre de la Culture, à qui il donne donc rendez-vous l'année prochaine, « sans faute » !

Les séries TV sont l'incarnation d'une nouvelle jeunesse dans le paysage de la Télé. Jean-Paul Huchon lui-même y voit l'expression d'une « forme de modernité ». Voir des séries télévisées « donne la pêche », entend-on souvent ! Alors en ces temps de crise et d'austérité, il est plus que jamais important de promouvoir le genre, de provoquer une prise de conscience et de soutenir la dynamique.

C'est pourquoi il est proposé aujourd'hui aux participants de cette journée – retransmise en direct sur internet, via Public-Sénat, une nouvelle fois partenaire de la manifestation ; que Gilles Leclerc, son PDG ici présent, en soit remercié ! – d'ouvrir le capot de la « machine à série » : comment fonctionne-t-elle ? Quels en sont les rouages ? Cette journée doit être l'occasion de poser toutes questions stimulantes, voire gênantes, d'examiner notamment le pourquoi de l'inquiétude actuelle – pour ne pas dire de la colère – des professionnels.

Pourtant, il y a de bonnes raisons de rester confiant : les talents ne manquent pas, les séries françaises ont leur singularité, leur cohérence (mais est-ce suffisant ?), l'auteur doit tenir une place centrale (encore faut-il « qu'il soit associé à la fortune de son œuvre », nous disait justement Beaumarchais !), le réalisateur doit imposer son style, les musiciens et techniciens ajouter leur part de savoir-faire. Les diffuseurs ont eux aussi un rôle immense à jouer, ne se limitant plus à de simples « commandeurs », mais devenant des partenaires à part entière ; au même titre que les producteurs qui doivent également assumer pleinement leur responsabilité (Henry Ford disait : « Si j'avais écouté mes clients, je me serais contenté de chercher un cheval qui galope plus vite ! ») ; il sera donc également question de méthode, de « prise de risque » et de financement dans les débats d'aujourd'hui.

C'est cette réunion de métiers passionnants et complémentaires qui fait le paysage audiovisuel français, et leur rencontre amicale et productive doit aider à continuer l'aventure dans les meilleures conditions possibles, des conditions d'exigence, car tous partagent au fond un même plaisir et poursuivent un certain rêve de création, n'en déplaise aux contingences et autres difficultés conjoncturelles.

Jean-François Boyer conclut son introduction en citant Jean d'Ormesson : « Je cours encore après les filles, mais je ne sais plus pourquoi... » ; suggérant en quelque sorte que l'essentiel est de continuer de courir, en sachant tout de même un peu où l'on va.

•

Intervention de

**RÉMY PFLIMLIN,**  
PDG de France Télévisions

Rejoignant le propos introductif de Jean-François Boyer, Rémy Pflimlin déclare que le « plaisir » doit être au cœur du travail et de la réflexion sur l'avenir du paysage audiovisuel français : plaisir de partager, de se passionner, de regarder ensemble...

Il est coutumier d'entendre dire que « tout va mal » en France, mais Rémy Pflimlin ne partage pas cet avis. L'exception culturelle française reste, selon lui, une réalité. Il en veut notamment pour preuve une analyse comparée des audiences de nos chaînes publiques avec celles de nos voisins européens, néerlandais, anglais ou allemands : les 4 chaînes de France Télévisions ont aujourd'hui le même poids que les 13 chaînes de la BBC (soit 35 % de l'audience en diffusion hertzienne). Rémy Pflimlin salue notamment l'excellent travail fait au niveau de l'information, domaine dans lequel les fondamentaux démocratiques ont été respectés ; les Français ne s'y sont pas trompés et sont au rendez-vous. Il salue aussi la sécurisation des principaux droits de diffusion d'événements sportifs.

Conscient de la concurrence internationale âpre, Rémy Pflimlin sait que le secret réside dans l'innovation, mais que celle-ci ne se décrète pas : elle naît avec le temps, par un travail patient. La capacité de France télévisions à demeurer ce partenaire privilégié et vital dans le paysage culturel français est directement liée à son aptitude à gérer le changement, à faire évoluer l'offre et proposer aux téléspectateurs des œuvres qui « fassent partie de leur vie ». Le téléspectateur a en effet l'embarras du choix, aussi il faut savoir le convaincre et le fidéliser en lui proposant des programmes qui le respectent et structurent son imaginaire, des programmes d'auteur : c'est en effet l'une des exigences premières de France Télévisions que de stimuler la création d'auteur, l'expression de sa mission de service public.

En d'autres termes, il ne faut pas succomber à la pression américaine, en particulier dans le domaine des séries TV ; celles qui nous viennent d'outre-Atlantique ont en effet tendance à conditionner tous les publics ! « De l'audace, encore de l'audace ! » : telle est bien la ligne de conduite à suivre pour ne pas se laisser téléguidé. France Télévisions a les moyens de cette ambition : France 2 et France 3 ne comptent plus leurs succès d'audience (films et documentaires sur la guerre d'Algérie, musiques en fête, etc.), France 4 se porte bien (elle est la chaîne préférée des jeunes adultes et soutient notamment le cinéma indépendant et d'art et d'essai), France 5 est « l'alternative à la télé formatée »... France 2 a entamé la reconstruction active de sa « case policière » du vendredi, France 3 conserve sa spécificité de proximité avec les gens et les territoires ('Plus belle la vie' est le 1<sup>er</sup> rendez-vous quotidien télévisé des Français, et est attendu pour la fin de l'année un téléfilm sur le Tigre de France, vision d'un Clemenceau « intime »). Un travail est également en cours pour relancer les unitaires, l'objectif étant ici de revenir au niveau de 2005 (soit 40 % de la production).



Tous ces objectifs doivent bien sûr être accompagnés d'une politique de financement adaptée. Le niveau de financement est en l'occurrence inédit : 272 M€, ou 60 % de tous les budgets de création de fiction dans le pays ! Et c'est bien par la sanctuarisation des budgets alloués à la culture – et des engagements consécutifs de France Télévisions – que le pari peut être réussi. Si France Télévisions a vu ses recettes nettes reculer en 2011, notamment en raison du non-respect par l'État de ses engagements de compensation, mais aussi en raison de la crise publicitaire, les équilibres financiers peuvent encore être préservés ; il ne faut pas perdre de vue cet objectif.

Pour conclure, Rémy Pflimlin déclare que c'est en défendant les valeurs d'indépendance, de solidarité, de culture et d'exemplarité que France télévisions saura tenir toute sa place et contribuer à la liberté de création dans le paysage audiovisuel français. Sa mission est, en effet, de rassembler le plus de Français possible autour de ces valeurs fondamentales qui caractérisent notre pays.





## Intervention de **DAVID ASSOULINE**, Sénateur de Paris, président de la commission sénatoriale pour le contrôle de l'application des lois

David Assouline tient à féliciter l'APA pour ce rassemblement d'hommes et de femmes de culture et du paysage audiovisuel français ; un rendez-vous dont il ne doute pas qu'il sera, une nouvelle fois, fructueux.

La production audiovisuelle a désormais acquis ses lettres de noblesse : ça n'a pas été toujours le cas ! Longtemps, les séries télévisées françaises ont en particulier fait l'objet de railleries, ne souffrant pas la comparaison avec leurs concurrentes anglo-saxonnes, principalement américaines. Considérées comme un sous-genre, surtout dans les années 80 qui ont vu fleurir et décrier tant de sitcoms, les séries télé peuvent à présent s'enorgueillir d'avoir su convaincre et fidéliser de très nombreux téléspectateurs, de par leurs qualités intrinsèques, qualités d'auteur comme de réalisation ; preuve qu'il n'y a pas de muraille infranchissable entre la série télé et l'Art !

Pour continuer dans cette voie du succès, le soutien de l'État et des pouvoirs publics est évidemment indispensable ; ils ne peuvent de toute façon faire fi de l'audiovisuel, devenu un vecteur de culture majeur, un atout sociétal fondamental. Car la partie est encore loin d'être gagnée. Le CSA a notamment fait le constat, en 2010, que la fiction française était en crise (faibles échelles d'audience, manque de créativité, trop faibles volumes de diffusion...). Et pourtant, les réussites sont également au rendez-vous : 'Le village français', ou encore des programmes courts comme 'Bref' ou 'Un gars, une fille' ont démontré que l'on savait être performant... Le CSA soulignait aussi le rôle majeur du producteur, à la frontière entre création et entrepreneuriat, deux ingrédients indispensables et qui ne peuvent fonctionner l'un sans l'autre.

Le rapport Chevalier de 2010 a mis en exergue divers autres problèmes : sous-financement, manque de formation initiale et continue, difficultés réglementaires, émiettement de la production française, etc. Il formule aussi des propositions : consolider la relation tripartite entre l'auteur, le producteur et le diffuseur – élément central de la problématique –, ou encore proposer des outils et mécanismes de soutien innovants. Ces journées de réflexion doivent permettre de dresser un bilan des avancées de l'action publique, mais aussi de repérer les lacunes restantes. En tout état de cause, la commission sénatoriale pour le contrôle de l'application des lois a fait de l'audiovisuel un de ses chevaux de bataille, et affiche pour ambition de faire du paysage audiovisuel français un espace de qualité, performant. Il faut notamment avancer sur l'enjeu crucial de la télé connectée... David Assouline souligne aussi le fait que la suppression de la publicité a pesé sur les marges de manœuvre de France Télévisions, dont les nouveaux modes de financement et de gouvernance restent contestés ; mais il affirme que France Télévisions doit demeurer un acteur majeur dans le monde de la fiction, et doit pour cela innover et se renouveler. Le dialogue entre les autorités publiques et les chaînes privées n'est en outre pas moins important : elles aussi doivent bénéficier d'un environnement stimulant.

Enfin, les enjeux auxquels nous sommes confrontés dépassent bien sûr le simple cadre national... Le mot de conclusion de David Assouline est en effet résolument européen : il croit en l'importance de la création

d'une Europe audiovisuelle, de l'accès au capital-risque pour des coproductions entre pays voisins et partenaires. Il espère donc qu'à l'issue des débats, l'on en saura davantage sur ces perspectives de coopération, et forme le vœu qu'un cercle vertueux s'instaure, qui permette de produire à la fois « mieux » et « plus ».



## Discours de **MICHEL BOYON**, Président du CSA

Si le CSA est évidemment attaché à toutes les formes de créations, du numérique au spectacle vivant, Michel Boyon limitera son propos aujourd'hui à la fiction audiovisuelle.

Le financement n'est pas le seul nerf de la guerre. La « création » est la manière la plus efficace de se démarquer et de fidéliser un public. Aussi le CSA conduit-il régulièrement les plus âpres négociations avec les chaînes télévisées sur cette question fondamentale. Et cela porte ses fruits : cette conviction a notamment joué dans la sélection qui a été faite des 6 nouvelles chaînes gratuites de la TNT (5 sur 6 sont des éditeurs reconnus, et 4 se sont engagés à respecter certains minima, à être des laboratoires d'idées et des incubateurs de talents, faisant notamment la part belle à la production indépendante, aux films d'animation et autres documentaires, fictions originales et œuvres patrimoniales). Michel Boyon réfute l'idée « d'habillage dynamique », qu'il qualifie plutôt « d'habillage parasite » ! Il plaide pour la qualité dans le processus de création, sans ménagement. Il ne nie pas toutefois que la création française est en crise, depuis au moins 5 ans si l'on en croit les conclusions des récentes études sur le sujet, datant de 2010 (rapport de la mission Chevalier, rapport pour la relance de la fiction ou encore rapport du Club Galilée). En même temps, entre 1935 et 1939, l'on parlait déjà de « la crise du cinéma » ; comme si, dans ce domaine, c'était inéluctable, et finalement à relativiser.

Les motifs d'inquiétude sont quoi qu'il en soit réels et pluriels : l'argent investi est en baisse de près de 10 % (48 M€), l'exportation de la production française sur les chaînes gratuites est en recul de 18 %, et l'on n'a dénombré que 4 fictions françaises sur les 100 meilleures audiences de l'année 2011 (contre 54 en 2005, il y a seulement 6 ans !). Ces problèmes ne proviennent pas d'un manque de créativité, mais plutôt de structures sur lesquelles pèse « tout le poids du passé », ou encore du fait de relations contractuelles peu aisées entre éditeurs et producteurs.

Michel Boyon voit plus généralement trois causes principales aux soucis rencontrés en France actuellement : 1/ Le sous-financement chronique de l'édition (deux fois plus faible qu'aux États-Unis, pour un travail pourtant plus lourd) ; 2/ La fragmentation du secteur de la production (plus de 2000 entreprises, facteur de souplesse s'il en est, mais surtout obstacle à la production de séries sur le long terme et exportables ; un mouvement de concentration se dessine, mais qui est loin d'être suffisant...) ; 3/ La frilosité des primo-financeurs, qui pèchent trop souvent par excès de prudence !

Alors, comment sortir la fiction française de l'ornière ? Michel Boyon cite d'abord de mauvais réflexes à éviter : rejeter en bloc l'existant, à savoir les dispositifs d'aide et de soutien. Pis encore, plier sous le joug du rouleau-compresseur anglo-saxon ou, en d'autres termes, s'enfermer dans un modèle venu d'ailleurs (i.e. le modèle américain) : osons au contraire être nous-mêmes, nous en serons récompensés ! Il ne faut pas non plus se complaire dans le compliqué, mais « sortir de la complexité sans se nuire » : le pari n'est pas facile, mais vaut la chandelle.

Au-delà de ces écueils – à proscrire donc –, Michel Boyon suggère certaines pistes de progrès. Il lui semble qu'il faut d'abord mettre l'accent sur l'écriture : une bonne fiction n'existe que si elle se fonde sur



une bonne histoire, des dialogues qui font mouche... Et pour ce faire, il faut notamment revoir la rémunération des auteurs/compositeurs à la hausse, dès les accords de développement initiaux entre producteurs et diffuseurs. Il faut en outre soutenir le financement de la création suivant une logique de maîtrise de la dépense publique : dans un contexte de mondialisation et de montée du piratage, il est nécessaire de repenser notre stratégie, de capitaliser sur les aides existantes sans qu'elles nuisent pour autant à l'esprit d'entreprendre. On peut aussi généraliser les outils ayant fait leur preuve en les élargissant au plus grand nombre (par exemple, le crédit impôt- recherche pourrait être ouvert aux fictions télévisées) ; ou encore réfléchir à de nouvelles contributions, adaptées notamment à l'environnement numérique. Plus généralement, il faut repenser notre environnement juridique et réglementaire : Michel Boyon évoque sur ce point les accords professionnels signés en 2008/2009 et propose de revenir à un schéma classique où « l'État s'occupe du général et les professionnels des intérêts particuliers », sans mélange des genres. Enfin, il annonce vouloir accentuer les efforts des producteurs et des pouvoirs publics pour soutenir pleinement le processus de création de séries télévisées à forte identité, proches de nos réalités sociales ; et nos séries – « Chronos des Temps modernes », reflet de notre temps – verront alors que l'audience est au rendez-vous !

Michel Boyon conclut son propos en annonçant donc, confiant, « la fin du commencement » : il s'en faut en effet de peu pour que nos auteurs et réalisateurs donnent à présent la pleine mesure de leur talent ! Et de citer cette célèbre phrase de Jean Cocteau : « Chers amis de la création, étonnez-nous ! »





## DÉBAT ÉCONOMIQUE

Comment mieux exporter les séries françaises ?

Intervenants :

Mathieu BÉJOT, délégué général de TVFI

Jean-Pierre GUÉRIN, producteur, président de l'USPA

et président de la Confédération des Producteurs de l'Audiovisuel

Valérie LARDINOIS, acheteuse RTBF (Belgique)

Laetitia RECAYTE, distributrice, Newen

Jean-André YERLÈS, scénariste et président de la Guilde française des scénaristes

Animé par :

Pierre-Henri GERGONNE, journaliste, rédacteur en chef adjoint Public Sénat

### UNE PRODUCTION FRANÇAISE QUI NE CIRCULE PAS ASSEZ

Mathieu Béjot rappelle qu'avec 20 millions d'euros d'exportations réalisées par les sociétés françaises produisant de la fiction, il s'agit là de la deuxième source d'export du pays. Il ajoute que chacun sait qu'on ne fait pas de diplomatie d'influence sans télévision et que, sans la série, il sera difficile de porter des enjeux économiques forts. Elle est en effet un axe d'influence emblématique. Cependant, la France produit proportionnellement moins que certains de ses voisins.

En parallèle, du fait de l'inexistence d'un « grand marché européen », la fiction ne circule pas encore assez, et pas assez facilement ; elle est donc le plus souvent locale, ou américaine ! À cette occasion, il est souligné que si les Anglais ou les Allemands produisent davantage que les Français, proportionnellement, ils n'exportent finalement pas beaucoup plus ; et de récentes études continuent de montrer que la fiction française, quand elle est diffusée à l'étranger, fait de l'audience.

La particularité de la fiction diffusée en journée est évoquée, et notamment le fait que des productions qui visent le prime time ne trouvent pas de modèle économique en étant diffusées au cours de la journée.

Mathieu Béjot ajoute que vendre une série est un acte complexe et qu'il est vraisemblable que les équipes commerciales ne sont pas encore suffisamment formées pour aller vendre, systématiquement, sur tous les marchés extérieurs à la France. En effet, pour rentabiliser une fiction pour laquelle on a dépensé un million d'euros, il faut la vendre de très nombreuses fois – à environ 2000 dollars la diffusion – et donc dans de très nombreux pays.

### L'EUROPE, CŒUR DE CIBLE POUR LES PRODUCTEURS

Pierre-Henri Gergonne confirme que l'Europe doit désormais être le cœur de cible pour tous les producteurs.

Mathieu Béjot insiste d'ailleurs sur la pertinence de considérer ce territoire comme un territoire uni, avec cependant des spécificités, en termes de langues, mais aussi riche d'une belle tradition de production de séries historiques dans les pays de l'Est où l'on note d'ailleurs une grande fer-

veur pour les séries françaises. Vendre en Asie, pour le prime time, est un peu plus compliqué, même s'il y a déjà des exemples réussis, par exemple en Corée.

Laetitia Recayte ajoute qu'exporter vers les pays anglophones n'est pas facile, mais pas impossible. La série 'Engrenages' a ainsi été la première série non anglophone vendue à la BBC. Les débuts ont été modestes, mais l'audience a augmenté régulièrement, jusqu'à ce que cette série soit considérée comme un réel succès sur la chaîne anglaise.

Quant à l'Asie, les difficultés proviennent notamment du fait qu'ils ont l'habitude de séries tournées en anglais et que les populations qui comprennent l'anglais ne comprennent que très rarement le français.

### PENSER À EXPORTER DÈS LE DÉVELOPPEMENT ?

Pierre-Henri Gergonne demande aux producteurs si, quand ils produisent, ils pensent à l'export.

Jean-Pierre Guérin répond y penser au moment de monter d'éventuelles coproductions et chercher des partenaires qui pourront être d'utiles relais vers d'autres territoires. Quand c'est réussi, la vente est alors diablement facilitée. Il ajoute qu'il faut être vigilant à proposer des formats standards et qu'il est beaucoup plus simple de vendre une série qu'on aura construite sur des épisodes de 52 minutes.

Les programmeurs à l'étranger sont ainsi plus facilement des alliés. La longueur de la série est également un élément important ; il est rappelé qu'il faut au minimum douze épisodes par saison pour pouvoir installer la série sur un marché.

Les Français savent y faire, ont d'excellents auteurs, des acteurs performants... Il leur manque simplement de pouvoir s'appuyer sur des commandes plus nombreuses et plus fermes. Les auteurs pensent-ils à l'export au moment de l'écriture ? Peut-on imaginer que certains personnages seraient plus faciles à exporter que d'autres ?

Jean-André Yerlès répond qu'un auteur ne peut pas présager du succès international de ses œuvres au moment de l'écriture. Il écrit parce qu'il a une histoire à raconter, et normalement, l'universalité de son propos et de sa dramaturgie

font que les histoires ne devraient pas avoir de nationalité. Elles sont propres à un auteur vraisemblablement plus qu'à un pays, sans que pour autant la logique de l'export soit intégrée dans la démarche initiale. Tous les auteurs ont l'ambition d'écrire ce qui résonnera aussi ailleurs, mais tous les auteurs commencent par chercher un producteur qui leur permettra de trouver un diffuseur national afin que le projet puisse commencer à naître.

Pierre-Henri Gergonne se tournant vers les acheteurs leur demande s'il y a, chez eux, des préoccupations particulières au moment d'acheter des séries qui viennent d'ailleurs. Valérie Lardinois répond que la grille de programmation dicte les achats, qu'ils soient nationaux ou internationaux. L'acheteur cherche des produits qui plairont à son public en correspondant aux cibles et aux cases prévues par le diffuseur.

Un certain nombre d'éléments, comme le format de l'épisode ou la volumétrie, peuvent évidemment faciliter des achats que trop de singularités rendraient au contraire difficiles. Valérie Lardinois ajoute qu'au moment d'acheter, on ne regarde évidemment pas toute la série. Elle est ainsi particulièrement attentive aux génériques, aux pilotes quand il y en a, aux premiers épisodes. Il faut donc soigner cela pour pouvoir vendre à l'étranger.

Laetitia Recayte ajoute qu'il lui faut parfois attendre trois ou quatre ans pour pouvoir disposer d'un nombre suffisant d'épisodes pour pouvoir espérer vendre une série hors de France. Cela ne facilite évidemment pas le retour sur investissement.

Valérie Lardinois précise qu'elle s'est évidemment déjà trompée dans ses choix, mais qu'en général, les séries qui s'exportent sont des séries cohérentes, de bout en bout.

### DU VOLUME ET DE L'HOMOGENÉITÉ

Il faudrait donc que tous reprennent le modèle américain ?

Évidemment, chacun estime important de préserver ses spécificités, mais en effet, le modèle américain, parce qu'il a réussi à industrialiser la production créative, doit être, au moins, une source d'inspiration.

Dans la salle, certains regrettent que de manière générale, pour convaincre des producteurs



importants, il ne faille surtout pas innover, mais simplement refaire ce qui a déjà été fait... Travailler sur une forme de notoriété plutôt que sur l'innovation, espérer en des succès qui se reproduisent, n'est pourtant pas très satisfaisant ! Jean-André Yerlès rappelle en outre que l'industrie n'aime pas beaucoup le risque. Et que le défi est bien d'apporter le bon projet, au bon moment, aux bons producteurs.

Pierre-Henri Gergonne précise que c'est au moment du développement que se prennent les risques et qu'en effet, le processus s'arrête parfois bien avant la production effective de la série. Un consensus se dégage d'ailleurs sur le trop faible investissement de l'industrie française de l'audiovisuel dans le « développement », qui est pourtant le préalable indispensable à une production riche, puissante et diversifiée.

Les « stars » françaises sont-elles un atout ? Jean-Pierre Guérin répond qu'évidemment, elles sont très demandées, mais qu'il faut pouvoir les payer. Pour lui, le problème principal est que la production française est trop faible et peut-être un peu trop éloignée de ce qui se fait dans d'autres pays, et ce, alors que l'industrie est riche de très nombreux jeunes talents et qu'elle pourrait être créatrice de beaucoup d'emplois.

Il est fait appel au courage des diffuseurs et suggère que la profession s'organise pour progresser ensemble, et pousser tous les métiers. Pierre-Henri Gergonne espère ainsi voir jaillir un grand mouvement autour des séries qui permettrait à la France de rayonner autant qu'elle le devrait. Appel est également fait aux pouvoirs publics afin qu'eux aussi aident la profession à se réunir et se mobiliser, et que les dispositifs d'aide, notamment à l'exportation, ne se tarissent pas, au contraire !

Interpellé par la salle, Rémy Pflimlin précise que toutes les voies de développement sont à explorer et que TF1 s'attache notamment à participer à la webcréation qui peut, elle aussi, ouvrir sur l'étranger, et ce, avec vraisemblablement un peu moins de contraintes pour la production que le broadcast traditionnel. Cela permet également, comme dans un laboratoire, de tester les publics, leurs réactions, et éventuellement d'adapter la production en conséquence.

### MIEUX EXPORTER : QUELQUES PISTES À EXPLORER

Dans la salle, une question se pose sur la généralisation de l'écriture en anglais, ce à quoi Jean-André Yerlès répond que les scénaristes d'animation savent le faire depuis déjà très longtemps. En effet, cela permet des coopérations bien plus larges, et « traduire » devrait devenir partie intégrante des réflexes de la production.

Laetitia Recayte revient toutefois sur la difficulté de trouver des comédiens qui peuvent jouer dans plusieurs langues et, pour le moins, dans une autre langue que leur langue maternelle. Pierre-Henri Gergonne ajoute que la France est un pays « exportable » et que, sans tomber dans le réflexe de la carte postale, s'appuyer sur la richesse de la culture et la sympathie qu'elle s'attire en général est, là aussi, une piste à explorer. « N'oublions pas de donner envie, de partager, autour de belles images, et de belles histoires ». Il y a en effet davantage de points positifs à être français que d'inconvénients !

Dans la salle, d'aucuns regrettent d'entendre parler depuis maintenant plus de 10 ans de cette « crise de la fiction française », de la difficulté à trouver les bons formats, à trouver des distributeurs et des producteurs capables de s'ouvrir sur le monde... N'est-il pas temps de changer de discours pour pouvoir vraiment aller de l'avant ? Une des forces de l'industrie américaine est qu'elle ne doute pas, qu'elle avance avec confiance, et qu'ainsi, elle conquiert sans vergogne tous les marchés à la porte desquels elle frappe.

Pour pousser à l'export, peut-être faudrait-il également explorer la piste de la vente des droits de « remake », suggère Laetitia Recayte, et ne pas s'attacher à n'exporter que des produits finis. Cela encouragerait vraisemblablement la circulation des séries et des idées françaises. Le modèle économique n'est cependant pas facile à trouver. Mais Laetitia Recayte insiste et se dit très confiante sur le potentiel des séries françaises à l'étranger.

Pierre-Henri Gergonne souhaite savoir si elle a des idées sur la raison qui a fait que les Anglais, mais aussi les Danois, les Japonais ou les Australiens ont acheté 'Engrenages'. Pour Laetitia Recayte, c'est justement parce qu'il s'agit d'une série française, qui se déroule à Paris, qui est comme un autre personnage de la série.

Évidemment, la qualité de la série a également joué et séduit les interlocuteurs.

Valérie Lardinois réagit alors, rappelant que qualité n'est pas toujours synonyme d'audience. Ainsi, la série 'Mad men' est excellente, mais ne fonctionne pas !

Dans un tour de table, chacun donne quelques idées qui pourraient être retenues pour aider les Français à s'exporter. Mathieu Béjot propose d'être davantage fier de ce qui est fait, et surtout de produire plus. Il rappelle que la France est l'une des premières destinations touristiques au monde et qu'il serait idiot de ne pas capitaliser sur cela. Jean-Pierre Guérin estime nécessaire de faire confiance aux excellents professionnels du pays, et notamment aux producteurs, tout en souhaitant que le service public reprenne de la force, afin de reconstruire un équilibre dynamique pour le paysage audiovisuel français.

Jean-André Yerlès estime que si la France veut exporter, il faut en premier lieu qu'elle s'organise comme une industrie, avec des pratiques contractuelles claires, des règles de travail partagées, des appels d'offres qui permettent de s'engager sur des projets ambitieux, et des équipes dès le départ ouvertes aux talents multiples, travaillant ensemble à des développements nombreux qui permettront ensuite de nourrir un flux de production de séries suffisamment rapide pour qu'elles puissent trouver un relais à l'international ! Aujourd'hui, malheureusement, l'on souffre dans le pays de tous les inconvénients d'une industrie, sans bénéficier d'aucun de ses avantages.

Valérie Lardinois estime qu'en produisant beaucoup plus, on trouvera de quoi exporter plus. Le développement est donc un axe prioritaire pour les prochains investissements à faire. Laetitia Recayte convient également que le volume est un avantage à ne pas négliger. Jean-André Yerlès aimerait enfin qu'on laisse les auteurs travailler sans trop se préoccuper de lignes éditoriales qui conduisent finalement à produire des séries trop spécifiques et adaptées à un diffuseur, et donc à un cas particulier.



## DÉBAT ARTISTIQUE

Quelles histoires, pour quels publics ?  
Le mode de fabrication des séries à succès

Intervenants :

Pascale BREUGNOT, productrice, Ego Productions  
Emmanuel DAUCÉ, producteur Tétr Média Fiction  
Isabelle DUBERNET, scénariste et directrice d'atelier  
Hervé HADMAR, scénariste et réalisateur  
Nathalie LAURENT, directrice artistique de la fiction, TF1  
Thierry SOREL, directeur de la fiction de France 2

Animé par :

Sullivan LEPOSTEC, journaliste, blogueur et auteur

### DES HISTOIRES QUI NOUS RESSEMBLENT... AFFIRMONS NOTRE DIFFÉRENCE !

Sullivan Lepostec ouvre ce débat par une question volontairement provocante : pourquoi continue-t-on à produire des séries TV en France, face à la déferlante des séries étrangères – anglo-saxonnes et scandinaves notamment – qui remportent tous les suffrages ? Outre « l'obligation d'investissement », invoquée non sans humour – et un certain cynisme – par Emmanuel Daucé, il existe en France une forte « tradition des récits ». De tout temps en effet, l'on a aimé et l'on aime « raconter des histoires » ; si possible qui nous concernent, ou à travers lesquelles on peut se reconnaître. Cet ancrage culturel ne nous laisse donc pas le choix : nous sommes condamnés à créer nous-mêmes des fictions télévisées qui nous ressemblent, en même temps qu'elles stimulent notre imaginaire...

Isabelle Dubernet illustre ce propos en rappelant que le succès de 'Plus belle la vie' tient beaucoup à cette possibilité d'identification avec notre quotidien : dans les épisodes, Noël, ou encore la rentrée des classes, sont concomitants avec notre vie réelle. Et cela n'empêche pas, bien sûr, de proposer par ailleurs des intrigues et rebondissements parfois très improbables : c'est là le second ingrédient majeur de la réussite ; outre « l'effet miroir » précité, il faut savoir emmener le public au-delà, loin dans la construction de son imaginaire.

Emmanuel Daucé souligne le fait que la série 'Les hommes de l'ombre' est également révélatrice de l'avantage d'un sujet en rapport avec l'actualité (en l'occurrence, l'élection présidentielle). Le lien avec le public s'en est trouvé manifestement renforcé. Thierry Sorel confirme pour sa part que ce facteur de « résonance planning » n'est pas neutre dans la programmation et le choix de l'horizon de diffusion. Pour cette série, il a fallu être particulièrement rapide, trouver un espace de compréhension mutuelle et un langage commun dans les délais accélérés qui permettent de satisfaire les exigences de cette actualité. Quand on importe une série étrangère, il est également important de la faire « nôtre », souligne ensuite Pascale Breugnot, qui en veut pour preuve le succès de 'Doc Martin', série

typiquement anglaise, qui, après adaptation pour le public français, n'a réellement conservé que 20 % du format original. Et si la recette, ainsi revisitée, a si bien fonctionné, c'est notamment parce que les personnages ont su « prendre le pouvoir ». Ce sont en l'occurrence des « résistants », contre une forme d'ordre établi, qui défendent leurs convictions jusqu'au bout ; un peu à l'image de nos chers et irréductibles Gaulois, et d'un non moins célèbre village des Côtes-d'Armor. Ironie du sort – s'il en est –, la série est tournée en Bretagne !

Nathalie Laurent confirme l'importance de personnages forts pour fidéliser les téléspectateurs. Elle cite le cas probant de 'Julie Lescaut', où le personnage principal a joué pleinement son rôle, en parvenant à dépasser le concept original – certes nécessaire, mais pas suffisant – et toucher le public profondément.

Il existe donc bien une « mythologie à la française » en matière de série télé – et de polar notamment –, intervient Hervé Hadmar, qui conclut cette première partie du débat en insistant sur le fait que notre héritage culturel nous différencie singulièrement des Anglo-Saxons. Loin des cowboys, westerns et autres 'Mystères de l'Ouest', nous sommes plus proches des 'Mystères de Pigalle', les fondamentaux de nos séries TV sont d'ailleurs davantage les « vies de quartiers » et les « humanités » qui s'y expriment.

### LA RECETTE DES SÉRIES À SUCCÈS : UN AUTEUR, UNE VISION UNIQUE, L'HUMANITÉ

Constatant les résultats contrastés des séries télévisées, Sullivan Lepostec interroge les participants sur le mode de fabrication des séries à succès. Existe-t-il une alchimie infaillible ? Hervé Hadmar nous propose la recette suivante, pas « infaillible », mais généralement de bon augure : l'ingrédient principal, sorte de dénominateur commun des séries à succès, est selon lui le « point de vue unique » de l'auteur. En matière de création artistique, il ne croit pas à la démocratie ! C'est l'auteur, seul détenteur de l'idée originale, qui doit défendre sa vision des choses, de préférence bien sûr en bonne intelligence avec le réalisateur et le producteur. Forte de son expérience de directrice d'atelier d'écriture pour 'Plus belle la vie', où le rythme de travail est particulièrement soutenu, Isabelle

Dubernet confirme que le secret réside souvent dans la qualité de « série d'auteur ». Au moment où la série perdait de l'audimat, il a fallu pas moins de deux à trois ans de bataille acharnée, initiée par le nouvel auteur principal – Olivier Szulzynger, qui menaçait de démissionner chaque jour si l'on n'allait pas dans son sens et a su imposer des règles strictes qu'il a défendues « contre vents et marées » –, pour relancer l'audience qui ne s'y est pas trompée : elle est venue à ce « rendez-vous d'auteur », et y est restée !

Nathalie Laurent revient quant à elle sur les personnages, sans lesquels une histoire ne peut réellement prendre corps, ni âme : il leur revient donc de toucher leur public intimement, infiniment, et c'est pour elle l'ingrédient décisif. Après avoir cité 'Julie Lescaut', elle évoque 'Profilage', série dans laquelle le personnage atypique incarné par Chloé Saint-Laurent est l'un des arguments forts de fidélisation du public ; à quoi s'ajoute, il est vrai, une vision unique et claire, portée ici par deux auteurs (un homme et une femme : la parité aussi peut avoir son importance...).

Des personnages... aux qualités humaines, il n'y a évidemment qu'un pas. Aussi, Hervé Hadmar retient en outre l'importance de l'empathie, qui doit être perceptible dès les 10 à 15 premières minutes du pilote : ce sera un argument capital. Cette « empathie » a d'ailleurs sans doute manqué dans 'Signature'. Tous ne sont pas d'accord sur la définition de l'empathie ou la manière de la susciter. Pascale Breugnot l'oppose volontiers à la sympathie : l'on peut « flancher » aisément pour des personnages peu sympathiques, aussi rapprochables qu'un 'Dexter' ou encore un « Robin Renucci collabo » dans 'Un village français' ; le terme ne renvoie pas nécessairement au politiquement correct ! Elle y préfère en l'occurrence celui de « générosité » : le téléspectateur s'attache aux héros qui savent donner d'eux-mêmes, et il les soutiendra dans les épreuves au fil des épisodes. Elle souligne aussi, à son tour, le nécessaire « talent d'auteur », qui n'a pas fait défaut dans 'Tiger Lily', série qui met en scène quatre femmes aux points de vue et parcours de vie très contrastés, toutes aussi attachantes les unes que les autres, parce qu'elles sont d'une « sincérité totale ». Le travail d'auteur consiste donc entre autres à écrire aussi « proche



du cœur » que possible, avec toute la force des sentiments. L'humanité est bien sûr au cœur du succès.

### UN AUTEUR, C'EST BIEN, MAIS UN SHOWRUNNER, C'EST MIEUX !

Thierry Sorel rebondit sur l'exemple de 'Tiger Lily' pour aborder alors la notion de « showrunner », car les deux auteurs ont ici émergé en tant que scénaristes, se rapprochant ainsi du modèle anglo-saxon. Pour mémoire, un showrunner est la personne qui crée un(e) « show » / « série », et qui en supervise à la fois l'écriture, la production et le montage. En clair, il s'agit de la personne qui est là depuis le lancement de l'idée, jusqu'à la diffusion d'un épisode.

On est encore loin du compte en France, note Isabelle Dubernet : il faut que nos auteurs apprennent à devenir des showrunners, notamment pour des raisons économiques. Nathalie Laurent reconnaît que c'est le format d'avenir ; vu les volumes d'écriture, on a besoin d'un tel « garant de la série », qui permettra qu'elle soit produite et diffusée plus longtemps. Ce showrunner est « le responsable artistique », et il faut en effet que ce profil émerge davantage en France, convient aussi Hervé Hadmar.

### DU RÔLE DU DIFFUSEUR, DE L'OBLIGATION D'ÊTRE MEILLEUR

En réponse à la question de Sullivan Lepostec, tous notent que le diffuseur a bien sûr également son rôle à jouer dans la recette du succès. C'est à lui qu'incombe notamment la responsabilité de trouver le lien entre l'auteur et le public, signale Nathalie Laurent, quitte à adapter la série. Un public qui est de plus en plus expert et exigeant. L'avalanche des séries américaines ne nous laisse d'ailleurs d'autre choix que d'être efficace : elle nous condamne à être meilleurs, déclare Thierry Sorel. France 2, tout en assurant sa mission de service public, doit désormais s'adresser à « tous les publics », et pas seulement à ses traditionnels téléspectateurs de fictions et autres feuilletons. La chaîne ne peut plus se contenter de ses séries « piliers d'audience » (dont 'Fais pas ci fais pas ça'), mais est entrée dans une logique de « rattrapage » : le chantier de l'élargissement du public – et, pour partie, de son « rajeunissement » – est enclenché.

Emmanuel Daucé met toutefois en garde contre le risque de ne plus savoir à qui l'on s'adresse. Il faut donc être prudent dans cette stratégie d'élargissement de la cible. Et le diffuseur a en effet pour mission d'aider sur ce point. Hervé Hadmar parle alors d'une « prise de risque calculée », devenue une obligation. Tout est enfin question de « timing », ajoute Nathalie Laurent : au démarrage, il faut parfaitement cibler son public, puis pouvoir compter sur un peu de temps pour que la série s'installe ; un paramètre qui devient malheureusement un peu trop rare, pour des raisons de pression économique.

### A LA CONQUÊTE DES 15-35 ANS ?

S'il est louable de vouloir toucher une plus vaste audience, peut-on réellement réconcilier les 15-35 ans avec la série/fiction française ? questionne enfin Sullivan Lepostec. Nathalie Laurent comme Pascale Breugnot constatent en tout cas que les jeunes répondent dans l'ensemble présents à des séries comme 'Profilage' ou 'Doc Martin'. Hervé Hadmar est par contre beaucoup plus dubitatif : il existe, selon lui, une sérieuse fracture entre les 15-35 ans, amateurs de séries anglo-saxonnes, et le public traditionnel des séries françaises, plus âgé. Les premiers ont aujourd'hui une réelle défiance à l'égard de la création française dans ce domaine, et aucune chaîne ne s'adresse vraiment à eux ; pas même France 4, dont Pascale Breugnot avait cru comprendre qu'elle allait viser spécifiquement cette catégorie de téléspectateurs... Hervé Hadmar conclut en déclarant que dans cette quête de la série qui remportera les meilleures critiques artistiques, mais aussi les meilleurs suffrages, il manque en France des espaces de confrontation et autres « laboratoires de recherche » ; il suggère de « provoquer des collisions », pour stimuler la dynamique.

### DÉBAT AVEC LA SALLE

Sullivan Lepostec élargit le débat à la salle. Le premier témoignage émane d'un membre de la délégation des jeunes producteurs indépendants, qui plaide en la faveur d'un élargissement des appels d'offres aux petites boîtes de production, lesquelles n'ont guère leur mot à dire aujourd'hui : or, il faut donner leur

chance aux 15-35 ans de proposer de nouveaux formats ! Pascale Breugnot salue le tempérament souvent offensif et constructif de ces jeunes producteurs avec qui elle aime travailler, et qu'elle n'hésite pas à recevoir, tout comme Thierry Sorel d'ailleurs ; ou encore Nathalie Laurent qui invoque toutefois les exigences de la ligne éditoriale : on ne peut pas développer tous les formats.

Intervient ensuite un autre jeune, de 34 ans, qui évoque la question d'internet : les jeunes s'y connectent beaucoup, alors ne devrait-on pas créer un « engouement » via internet d'abord, avant de viser le public des chaînes TV ? Sans nier la forte créativité sur internet ('Norman fait des vidéos' ou 'Bref' notamment), Nathalie Laurent répond que la priorité reste à l'antenne télé, quitte à proposer des formats internet a posteriori, à partir de séries existantes. Il n'en demeure pas moins que l'avenir est bien à la « télé connectée », note Hervé Hadmar, à savoir que l'on regarde « ce que l'on veut, au moment où l'on veut » ; et il salue au passage le talent particulier des Français dans les formats courts du type 'Bref'.

Marc Nicolas, Directeur général de la Fémis, réagit à la notion de « laboratoire » évoquée par Hervé Hadmar. Une école est précisément un lieu de formation et d'expérimentation pour les formats de demain. Un projet de cursus dédié à la série télé est en l'occurrence en cours de création à la Fémis, et tous les intervenants à cette table ronde sont donc de potentiels enseignants/chercheurs à la Fémis. Puis c'est au tour de Patrick Vanetti, directeur du conservatoire européen de l'écriture audiovisuelle, de nous rappeler les mérites de « l'école qui fait école », et qui développe également un pan de formation continue consacré aux séries TV.

Une scénariste déclare alors que pour former véritablement un auteur, l'école ne suffit pas ; il faut de l'entraînement dans des « ateliers d'écriture », qui manquent cruellement en France. Elle s'adresse non seulement aux diffuseurs, les priant de « faire des séries longues », mais aussi aux financiers : il faut rémunérer ces ateliers ! Elle s'étonne en outre que des séries comme 'Plus belle la vie', 'Profilage' ou 'Le village français', pourtant largement installées, proposent peu d'ateliers. Thierry Sorel précise que c'est notamment l'objet du travail actuel, à France 2, ▶



## Présentation du Baromètre 2012 par **BENOÎT DANARD**, Directeur des études du CNC

que de proposer des séries qui s'installent dans le temps, au-delà des 6 premiers épisodes. La dernière intervention est celle d'un coach d'acteur. Il a retenu l'argument de l'empathie, mais constate que les outils donnés aux comédiens en France pour parvenir à cette fin sont bien maigres comparés à ce qui se fait aux États-Unis. Hervé Hadmar convient que la série télé est un espace-temps particulier, pas toujours facile à gérer, mais n'a, pour sa part, pas rencontré de problème particulier avec des comédiens. Emmanuel Daucé reconnaît par contre que la mécanique de production des séries télé n'est pas toujours à l'avantage des comédiens, car bien souvent, après un long temps d'écriture et de maturation, débouchant sur la réalisation du pilote, le timing se précipite après la commande, et tout se bouscule : casting, continuation de l'écriture, tournage... Les acteurs font parfois les frais de cette « course folle ».

### EN GUISE DE CONCLUSION

S'il n'existe pas de « tables de la loi » en matière de création de série TV, il est apparu que certaines règles sont cependant souhaitables : foi en la différence et un certain « héritage culturel » comme moteurs de la création, unicité des projets/idées, qualité des personnages, position centrale de l'auteur, travail en bonne entente tripartite (auteur, réalisateur, producteur), voire quadripartite (diffuseur), étroite connexion avec le public... Les talents ne manquent pas, en France comme ailleurs ; encore faut-il leur faire la place.

En préambule, Jean-Pierre Elkabbach exprime sa joie toujours renouvelée de se retrouver à l'occasion des rencontres de l'APA, cette année au sein du festival Série Series, qui montrent et démontrent la créativité et l'inventivité du milieu, l'ambition et l'audace qui sont, chaque année, renforcées. Ces sommets de Fontainebleau sont d'ores et déjà un succès vu la nature des échanges et il lui semble qu'ils arrivent à point nommé pour tenter de formaliser cette nouvelle culture de l'écran qui s'impose.

### LE BAROMÈTRE 2012

Benoît Danard commente quelques données chiffrées issues du Baromètre 2012 et présentant les résultats de 2011. La production de fiction a progressé en 2011 de 5,7 %. Elle se compose majoritairement de séries – pour 78 %. L'unitaire recule et baisse d'environ 27 %. Les chaînes ont apporté 56 % des investissements. Il souligne la progression des chaînes à péage, sachant que les nouvelles chaînes de la TNT ne représentent que 3 % des investissements dans la fiction, c'est-à-dire environ 1,7 million d'euros ; et ce, alors que la part d'audience qu'elles captent ne cesse de croître. La production de fictions françaises est portée par les « 52 minutes » et par le développement de formats courts (+ 29 heures en une année) sans que, pour autant, le « 90 minutes » ne soit détrôné ; il reste le format majoritaire – d'une courte tête –, avec 31 % de la production. La fiction est le genre télévisuel le plus consommé avec plus de 25 % de l'offre de programme pour 27 % de la consommation. La fiction est notamment le premier genre consommé en différé, avec 46 % de la consommation différée, et il représente une part importante de la télévision de rattrapage, avec 26 % des parts de marché. En se penchant plus spécifiquement sur le monde de la série, on trouve, dans le top 100, 72 séries américaines. Il y a cependant toujours des séries françaises dans le top 5 des chaînes françaises. Cet indicateur est d'ailleurs l'occasion de rappeler que l'on compare ce qui est incomparable. En effet, quand en France on regarde des séries américaines, il s'agit du meilleur de la fiction américaine puisqu'un tri a déjà été fait et qu'on n'exporte pas ce qui n'est pas bon. Si on observe l'ensemble des séries américaines, et plus spécifiquement les séries inédites, seuls 25 % des programmes résistent d'une année sur l'autre. 75 % des séries américaines ne sont donc pas reconduites en deuxième saison. Parallèlement, les fictions françaises sont « surperformantes » par rapport à leur case dans 48 % des cas. Le Baromètre complet est remis aux participants.



## Intervention par **PHILIPPE BRUNET**, Chef de Cabinet de la Commissaire Européenne Androulla Vassiliou



### LA POSITION DE L'EUROPE

Philippe Brunet, présentant les excuses de Madame la Commissaire Européenne Androulla Vassiliou qui n'a pu participer aux rencontres de ce jour, explique la position de l'Europe. Il souligne que si la richesse culturelle et linguistique de l'Europe est une grande source d'inspiration pour tous, elle est parfois également une entrave à la coproduction et à la large diffusion des œuvres créées. Dès lors, le rôle naturel de la Commission est d'aider à l'harmonisation et à l'unification de l'industrie audiovisuelle. La série télévisée européenne peut attirer un public qui va bien au-delà des frontières nationales – 'Les Borgia' ou 'Lilyhammer' en sont la preuve. Toutefois, quelques précautions sont nécessaires pour aider la série à traverser les frontières, et tous les dispositifs ne sont pas encore suffisamment développés pour que l'approche multinationale, multilingue et multiculturelle soit la norme. Philippe Brunet rappelle qu'une bonne série suppose un investissement créatif au moins équivalent à celui d'un bon film, et que les coproductions ne peuvent donc pas se faire à l'économie. Les subventions se doivent également d'encourager les formations novatrices, et plus généralement la formation des professionnels de l'audiovisuel. En effet, la formation initiale de haute qualité doit être suivie par une formation continue. Il a ainsi été décidé d'amplifier les soutiens dans le cadre du futur programme « Creative Europe / Europe créative ». Mais la formation n'est pas le seul moyen d'acquérir de nouvelles compétences ; la rencontre de nouveaux partenaires, l'échange d'expérience en sont d'autres, et il salue à cette occasion ces rencontres de Fontainebleau qui apportent tout cela aux professionnels, dynamiques, qu'il voit ici présents. « Europe créative » fait suite à « médias 2007 », avec une proposition de dotation budgétaire de 1,6 milliard. L'ambition est de renforcer la capacité des acteurs culturels et audiovisuels européens afin qu'ils puissent mieux faire circuler leurs créations de manière transnationale, et ce, à l'heure où les budgets de la culture sont souvent dégradés. Cet effort particulier s'impose. Il est précisé que dans le cadre de ce programme, tout sera fait pour tenir compte de ce qui aura été précédemment appris ; par exemple, l'accompagnement du passage vers le numérique, ou encore la nécessité d'aider à promouvoir la circulation en soutenant aussi les diffuseurs. Un des défis importants identifiés lors des derniers échanges et des consultations publiques est en effet la nécessité de soutenir les activités de développement d'audience. Avec un nombre croissant d'offres, il est désormais essentiel que producteurs et distributeurs soient à même d'appréhender les attentes du public avec davantage de finesse. Les radiodiffuseurs ont d'ailleurs, à cet égard, toujours été très en avance ; le secteur télévisuel et cinématographique pourrait vraisemblablement s'enrichir de cette expérience pour mieux connaître son audience. Évidemment, un des outils importants du développement de l'audience est la production de contenus innovants, de haute qualité, se distinguant de ceux d'ores et déjà disponibles. Ceci est d'autant plus important dans un espace qui doit désormais tenir compte du développement de la télévision connectée. Au nom de Madame Vassiliou, Philippe Brunet souhaite à tous le débat constructif que le sujet mérite.



## DÉBAT POLITIQUE

Quand les séries françaises s'éveillent

Intervenants :

Éric GARANDEAU, président du CNC

Emmanuelle GUILBART, directrice générale de France Télévisions

Stéphane LE BARS, délégué général de l'USPA

Bénédicte LESAGE, productrice Mascaret, présidente du SPI

Pascal ROGARD, directeur général SACD

Laurent STORCH, directeur des programmes de TF1

Animé par :

Jean-Pierre ELKABBACH, journaliste (Public Sénat & Europe 1)

### UN RENOUVEAU EUROPÉEN MALGRÉ UNE FORTE PRÉSENCE AMÉRICAINE

L'univers des séries est un monde qui peut donner l'impression que pour l'instant, les séries américaines triomphent, mais, en Europe, et plus particulièrement en France, on sent un renouveau, des échanges, des propositions... Les séries s'inspirent les unes des autres tout en proposant des formats neufs et des ambiances très nouvelles.

Quelques-unes de ces expériences récentes nourrissent une grande confiance dans ce territoire à conquérir. Et ce, malgré cette crise financière qui pose cependant de manière cruciale la question des moyens, de la cocréation, de la coproduction et des financements, et donc souvent de l'ouverture internationale.

Dans ce contexte, il est important de se protéger de la peur. Ne pas avoir peur de la mondialisation qui viendrait casser les murs de la culture, ne pas avoir peur de l'hégémonie américaine, ne pas avoir peur de tourner en France... Voilà encore l'un des intérêts de ces rencontres de Fontainebleau : voir ensemble les atouts de la profession, l'originalité de ce qui se passe en Europe et en France et se concentrer sur tout ce qui fait que la période peut être véritablement favorable au développement de la série française.

Éric Garandeau confirme que la peur paralyse inutilement l'action et suggère de se souvenir de Sénèque qui énonçait que « ce n'est pas parce que c'est difficile qu'on n'ose pas, mais bien parce que l'on n'ose pas que c'est difficile »...

Bénédicte Lesage ajoute que si l'on peut sentir cette série française qui s'éveille, on note d'une part une volonté d'industrialisation du secteur, et de l'autre un renforcement de la vitalité de la créativité. Les différents dispositifs d'aide publics français ou européens doivent s'attacher à clarifier leur position politique et bien définir ce qu'ils veulent réellement aider.

Jean-Pierre Elkabbach souhaite savoir « s'il y a quelque chose que l'on peut dire cette année qu'on ne disait pas encore l'année dernière »...

Bénédicte Lesage répond que la production audiovisuelle a été malmenée au cours de l'année passée et qu'on doit pouvoir aller plus loin en termes de créativité. On voit en effet

jaillir en Europe de très belles propositions et elle aimerait que cela soit encore plus fréquent en France.

Stéphane Le Bars rappelle que des séries comme 'Plus belle la vie' ont « surperformé » et réalisé une part de marché supérieure à la part de marché de la chaîne. La série française est donc en effet tout à fait réveillée. Il revient d'ailleurs, à cette occasion, sur l'analyse du top 100 qui montre que la part de marché des séries françaises, en soirée, est dans une phase de reconquête ; même si l'outil n'est pas très bien adapté pour le mesurer et qu'il risque au contraire souvent de nourrir le climat général de méfiance en montrant la prépondérance apparente des séries américaines.

### UN ENVIRONNEMENT QUI S'ENRICHIT DE NOUVEAUX FORMATS ET DE NOUVEAUX ACTEURS : CHANCE OU MENACE ?

La télévision connectée est-elle un allié ou un ennemi ? demande Jean-Pierre Elkabbach. Bénédicte Lesage répond qu'il s'agit vraisemblablement d'un allié en termes de créativité et d'un aiguillon pour réfléchir davantage aux modes de fiction en général. Cette télévision permet également qu'apparaissent de nouveaux entrants et montre que les audiences attendues ne sont pas toujours celles que l'on réalise. À cette occasion, Jean-Pierre Elkabbach souligne que la veille, un thriller médiéval a fait plus d'audience que Marilyn Monroe...

Laurent Storch évoque également la disparité des formats qui fausse parfois les comparaisons, ainsi que le fait que tous les genres ne sont pas toujours également représentés. Ainsi, en France, la série est très souvent un outil de proximité dans lequel on fait de la comédie. Les séries importées des États-Unis – qui, faut-il le rappeler, sont une sélection minimale de l'importante production américaine, et en général la part de meilleure qualité – portent bien souvent sur d'autres genres. « Il y a un boulevard pour faire de la comédie à la française ». Emmanuelle Guilbart ajoute qu'il y a également de la place pour des séries quotidiennes transgénérationnelles.

Jean-Pierre Elkabbach évoque ensuite l'installation des séries sur la durée, le nombre

de saisons et le nombre d'épisodes, regrettant par exemple qu'il n'y ait pas davantage pour le grand succès qu'est 'Le village français'. Emmanuelle Guilbart répond que l'équipe s'attache à augmenter le nombre d'épisodes pour les séries à venir. Ensemble, réalisateur, producteur et auteur travaillent pour aller vers davantage d'épisodes, tant la stabilité est évidemment un avantage, notamment pour conquérir d'autres territoires que la France. Une série s'installe dans la durée, et dans les rendez-vous renouvelés. Plus il y a d'épisodes, mieux cela peut se faire !

### DES DISPOSITIFS D'AIDE ADAPTÉS À UN MONDE EN MOUVEMENT ?

Jean-Pierre Elkabbach revient sur l'augmentation annoncée de l'aide du CNC pour les séries, Éric Garandeau confirmant qu'un dispositif est mis en place avec un bonus pour les diffuseurs qui achèteraient plus de six épisodes d'un coup. Il ajoute que la France a bénéficié jusqu'ici de la nature spécifique des ressources du CNC, qui a redistribué des ressources financières généreuses en soutenant la fiction indépendamment de la crise. Il aimerait que cela puisse continuer.

La discussion s'engage alors sur une éventuelle taxe sur les Smartphones, Éric Garandeau estimant qu'il est important de prendre en compte le fait que les fictions sont désormais diffusées sur tous supports, et que d'autres pays taxent en effet tous ces supports.

Pascal Rogard est pourtant pessimiste quant à l'environnement économique dans lequel doit se dérouler la création audiovisuelle. Toutes les chaînes privées sont en grande difficulté, et la multiplication des chaînes, notamment celles de la TNT qui ont aujourd'hui capté 25 % de l'audience et ne participent à l'investissement créatif qu'à hauteur d'à peine 3 %, ne facilite pas les choses. La télévision connectée va permettre aux géants de l'Internet d'entrer davantage dans le jeu, et vraisemblablement que s'inviter en Europe des Américains, et pourquoi pas les Japonais. Pascal Rogard dit son inquiétude de voir le développement de toutes ces nouvelles chaînes affaiblir les chaînes traditionnelles qui finançaient pour l'instant la création.



Quelques inquiétudes s'expriment aussi quant à une éventuelle préparation d'un « grand marché numérique européen », d'aucuns rappelant combien il est important de protéger les exceptions culturelles et d'autres estimant que la réflexion doit être approfondie et toucher tous les secteurs ; et que cela pourrait, pourquoi pas, conduire à une taxation qui porterait aussi sur les pays de réception... Jean-Pierre Elkabbach demande alors si le fait qu'il y ait désormais un guichet unique chez France Télévisions a changé quelque chose dans l'organisation de la profession. Emmanuelle Guilbart précise que cela n'a rien changé en termes de nombre de projets, les lignes éditoriales étant restées distinctes et permettant de continuer à faire vivre la diversité de l'offre.

### DES PISTES POUR QUE CE QUI S'ÉVEILLE NE SE RENDORME PAS ?

Stéphane Le Bars estime que pour que les séries françaises qui s'éveillent ne replongent pas dans le sommeil, il faut absolument qu'elles puissent « tenir » un certain nombre de soirées ; en effet, un des ressorts du succès est la fidélisation. La très grande prédominance des séries américaines joue alors en leur faveur, comme un cercle vicieux ou vertueux, puisque la présence renforce l'envie de présence. Un des enjeux est donc de permettre aux séries françaises d'entrer dans un cycle de diffusion régulier et de tenir l'antenne.

Jean-Pierre Elkabbach demandant si les uns ou les autres ont des recommandations pour l'avenir, un accord s'exprime sur l'importance de faciliter les productions internationales, et plus spécifiquement européennes, pour lutter contre l'hégémonie américaine. En effet, si le showrunner américain se révèle souvent très efficace, ce n'est pas la seule manière de procéder et il y a en Europe des spécificités culturelles et de langues qui doivent être respectées.

Éric Garandeau signale aussi que ce n'est pas parce qu'on adopte des méthodes qui se révèlent efficaces, notamment l'intervention du showrunner à l'américaine, que cela signifie systématiquement qu'il faut « renoncer à son âme ». L'expérience du cinéma le montre : on peut tout à fait « construire sur

les spécificités nationales pour rayonner à l'international ». Le CNC a d'ailleurs, dans ce cadre, ouvert des aides liées à la langue anglaise qu'il aimerait voir étendues et plus largement utilisées pour d'autres langues. Laurent Storch souligne, même si cela peut être déploré, que la langue dans laquelle les séries sont généralement tournées est l'anglais, que cela avantage évidemment la production anglo-saxonne et qu'en Europe, de manière générale, l'anglais a également été adopté tant il est difficile de faire venir le public étranger aux langues des différents pays.

C'est à nouveau l'occasion de regretter qu'en France, même quand il y a un grand succès, il n'y ait pas suffisamment d'épisodes pour pouvoir construire l'installation de la série, sa traduction et son adaptation sur un marché étranger. Pourtant, quand cela lui est proposé, le public étranger adore.

Stéphane Le Bars se demandant s'il ne faudrait pas aller vers davantage d'aides données directement aux auteurs, ce qui leur permettrait d'arriver mieux préparés face aux producteurs, Éric Garandeau répond que les règles changent, qu'un décret est en cours d'adaptation et qu'il devrait permettre d'aider davantage à la création du concept, d'aider directement l'auteur puis d'aider à l'écriture et au développement. Il ajoute à cette occasion que l'esprit du CNC est toujours de tenter d'arbitrer subtilement entre des aides sélectives et des aides automatiques.

### UN TYPE D'HISTOIRE PLUS SPÉCIFIQUEMENT FRANÇAIS ?

Jean-Pierre Elkabbach demande alors s'il y a des histoires, un type d'histoire, qui garantirait tout particulièrement le succès...

Emmanuelle Guilbart répond que les producteurs présentent aux diffuseurs des projets qui correspondent à leur grille et à leur ligne éditoriale. Ensuite, les équipes du diffuseur sélectionnent et filtrent les projets avant de se lancer dans le développement. Les diffuseurs sont-ils trop interventionnistes ? Certains posent la question, mais Emmanuelle Guilbart est convaincue que le dialogue est toujours une bonne solution et rappelle que France Télévisions est reconnue pour laisser une grande place à la diversité et à la liberté

d'expression dans les projets retenus. Il n'y a pas de volonté explicite de formater particulièrement l'offre, mais simplement de la faire coïncider avec une ligne éditoriale.

Laurent Storch rappelle que les producteurs sont les maîtres d'œuvre et que d'ailleurs, souvent, les producteurs-auteurs ont davantage de chances de percer que les producteurs-producteurs, puisque le producteur-auteur sent souvent mieux ce que veut le public. Il est également rappelé que même si certaines séries ont la vie longue, elles évoluent et si la marque est évidemment entretenue, le personnage comme l'histoire ont en général bien changé. L'exemple de Julie Lescaut est cité pour illustration.

L'importance du rôle du scénariste est également à souligner, d'autant que l'appétit du public pour des histoires bien ficelées croît visiblement. C'est aussi l'occasion d'insister sur l'espace créatif qu'ouvre la série, ce format qui permet le déploiement d'histoires plus longues et narrativement plus complexes, tout comme l'installation de protagonistes plus nuancés. Bénédicte Lesage appelle de ses vœux le renforcement de la confiance entre les différents partenaires – diffuseurs, producteurs, auteurs – qui serait le réel élément libérateur de l'énergie créative. Laurent Storch confirme combien il est positif de partager une ambition commune avec le producteur, mais ajoute qu'une attention doit absolument être portée sur les coûts : on créerait davantage de séries en France si elles étaient moins chères.

Stéphane Le Bars aimerait quant à lui que la chaîne de prise de décision soit simplifiée. Aujourd'hui, on a parfois l'impression que tout le monde a le pouvoir de dire « non », mais personne celui de dire vraiment « oui ».

### ET DEMAIN ?

Comment l'avenir se prépare-t-il ? demande Jean-Pierre Elkabbach. Les chaînes ont-elles des conseillers qui participent à préparer les lignes éditoriales et les programmes en fonction de ce que la société pourrait vouloir dans deux ou trois ans ?

Emmanuelle Guilbart répond que cela est évidemment nécessaire, ne serait-ce que du fait des délais de production. D'autres séries se sont parallèlement données les moyens de ▶



« coller au réel » ; ainsi, 'Plus de la vie' s'écrit dans le flux : on y voit bien comment l'air du temps transpire et comment l'adaptation est continue.

Emmanuelle Guilbart ajoute que le traitement des séries pour le prime time diffère du travail qui peut être fait pour d'autres horaires. Ainsi, sur France 2, les équipes travaillent actuellement à une fiction hebdomadaire de day time tout en cherchant des espaces de diversification sur d'autres canaux.

Stéphane Le Bars rappelle que le feuilleton quotidien est un des grands engagements et qu'il est heureux qu'aujourd'hui le chantier soit lancé. En effet, il y avait un fort manque en France avec l'absence de feuilleton quotidien sur les deux grandes chaînes que sont TF1 et France 2.

Éric Garandeau confirme qu'il faut proposer aussi de la fiction en journée, un genre qui a vocation à se développer. Les nouvelles chaînes auront d'ailleurs vraisemblablement un rôle à jouer, et le CNC s'attache à voir comment il peut aussi aider la web fiction. Éric Garandeau revient à cette occasion sur l'importance de préserver les ressources du CNC et laisser l'institution collecter les taxes afin qu'elle puisse continuer d'irriguer l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel. La régulation n'est en aucun cas protectionniste, elle permet simplement de domestiquer le courant et de réinvestir dans la création française.

Stéphane Le Bars rappelle ainsi que le cinéma français est le premier cinéma d'Europe et que des règles du jeu claires, qui s'appliquent pour tous et qui sont respectées par tous, sont un atout important.

Jean-Pierre Elkabbach salue alors la présence de David Assouline dans la salle et lui demande son avis sur les évolutions et le rôle de la commission sénatoriale qu'il préside. Ce dernier précise qu'il est interpellé à l'improviste et qu'il a déjà énoncé quelques-uns des principes qui l'animent lors de son discours d'ouverture. Pour lui, dans un cas de crise financière, l'incertitude est évidente concernant les modalités de financement de toutes les industries. Pour autant, il est convaincu que ce n'est pas dans le secteur de la culture qu'il faut toucher au budget. La créa-

tion, notamment audiovisuelle, serait même plutôt un atout pour relancer le territoire français dans sa dynamique et dans le contexte international. Il faudra chercher les économies ailleurs et chercher plutôt à s'organiser – pourquoi pas avec nos voisins européens ? – pour développer davantage de projets. La culture n'est jamais antinomique avec le développement économique, et songer à sacrifier le genre de la fiction, et plus particulièrement celui de la série, serait d'ailleurs particulièrement dangereux tant il s'agit là d'un vecteur d'appropriation de la culture, d'un moyen de renforcer le lien social et finalement de « faire société ». Chacun n'a-t-il pas été marqué, un jour, par une série particulière ? Et puis, en ce qui le concerne, il lui semble qu'il ne regarde la télévision en famille le plus souvent que devant des feuilletons, ce genre qui favorise tout particulièrement le partage. À cet égard, il précise qu'il est d'ailleurs contre le ciblage et espère qu'il y aura encore beaucoup de séries qui s'adressent à la fois aux jeunes et aux plus anciens, sans s'atteler à vouloir absolument séparer les générations.

Les participants reviennent ensuite sur la nécessité d'élargir l'assiette de financement de l'audiovisuel qui ne peut plus aujourd'hui s'appuyer sur les seuls diffuseurs traditionnels. Internet, comme le téléphone, doivent participer au budget de création et il faudra s'inquiéter de la fragilisation du budget de France Télévisions qui, privée de publicité, n'a pas encore trouvé d'autres ressources pour la remplacer.

La diversité des publics et des acteurs du secteur : une source de richesse soulignée par les participants

Dans la salle, des questions se posent sur les orientations éditoriales des diverses chaînes, Emmanuelle Guilbart précisant alors qu'en effet, un pourcentage du budget de France 4 est réservé à la fiction.

C'est à nouveau l'occasion d'insister sur le fait que des règles du jeu partagées, claires, connues sont un atout important pour que puisse se développer une industrie vigoureuse, audacieuse, créative. Michel Boyon indique qu'il faudrait à cette occasion travailler également sur la clarification et la simplifi-

cation des contrats. Enfin, le consensus est fort quant à l'idée qu'il faut nécessairement intégrer les auteurs dans un dialogue qui ne peut pas être uniquement celui du producteur et du diffuseur.

Une délégation des jeunes producteurs exhorte les diffuseurs à davantage de curiosité. Il est rappelé que la diversité est une source d'inspiration et que de très bonnes idées sont ainsi venues des talents des cités. Le culot et l'audace paient !

Laurent Storch partage évidemment l'idée selon laquelle il faut s'attacher à faire émerger de jeunes talents, tandis que Stéphane Le Bars regrette que certaines chaînes, dont le public est pourtant jeune et divers, souvent issu de minorités, ne financent pas la fiction, mais se contentent d'exploiter des programmes tout faits. Il n'est pas raisonnable de laisser aux seules chaînes historiques tout le poids de la création et de l'investissement dans le développement.

En conclusion de ce débat, nombreux sont ceux qui estiment que ces rencontres de Fontainebleau s'inscrivent dans une perspective d'avenir et nourrissent l'audace d'un secteur riche de talents divers. Il n'y a aucune raison de ne pas être fier de la série française, qui a tous les moyens de jouer à forces égales sur la scène mondiale. C'est une bataille à mener, mais qui peut et doit être gagnée !

## OUVERTURE DE LA 1<sup>ÈRE</sup> EDITION DE SÉRIE SERIES

La cérémonie d'ouverture de Série Series est notamment l'occasion pour Frédéric Valletoux, maire de Fontainebleau, de remercier de remercier Kandimari – Marie Barraco et Laetitia Duguet – et le « trio de tête » à l'initiative de cette nouvelle manifestation – Nicole Jamet, scénariste, Jean-François Boyer, producteur, et Philippe Triboit, réalisateur – qu'il est heureux et fier d'accueillir en sa commune, dont il nous apprend au passage que le nom veut dire, en mandarin : « l'érable rouge dans la rosée du matin ».

C'est ensuite au tour de Jean-François Hébert, président du château de Fontainebleau, de se réjouir d'être partenaire de l'événement. Il invite d'ailleurs, pour les éditions futures, à « l'utiliser davantage », proposant de plus amples passerelles avec le théâtre, mais encore d'en utiliser les jardins. C'est en effet un édifice du patrimoine français qui mérite qu'on le fasse mieux connaître, véritable « maison de famille » que tous les rois ont habitée et honorée entre les XIIe et XIXe siècles.

Et puisqu'il est question de famille, Jean-François Boyer nous rappelle que cette journée se voulait une « trêve » entre les divers corps de métiers : scénaristes, producteurs, réalisateurs, mais aussi diffuseurs, une « réunion de famille ». D'ailleurs, ce sont les véritables histoires de famille qui font les bonnes séries !

Rebondissant sur cette idée d'harmonie familiale, Julien Dray, vice-président en charge de la Culture de la Région Ile-de-France, conclut en déclarant, non sans humour, « qu'en politique aussi, l'on s'aime beaucoup ! », faisant aussi une référence à la série 'A la Maison Blanche'. Et il invite en l'occurrence la production audiovisuelle française à être encore plus prolixe, si possible en région Ile-de-France, soulignant, au-delà du mécénat culturel, les enjeux économiques forts du secteur.





## DOMINIC MINGHELLA, SHOWRUNNER : L'EXEMPLE BRITANNIQUE

Masterclass

Intervenant :

**Dominic MINGHELLA**, créateur de 'Robin des Bois' et 'Doc Martin'

Animé par :

**Sandra OUAISS**, So Consulting

### INTERVIEW / MASTERCLASS

Sandra Ouais présente Dominic Minghella et revient sur sa carrière. Il a débuté comme scénariste sur 'Hamish Macbeth', qui a lancé Robert Carlyle. Après plusieurs années aux États-Unis, il revient en Grande-Bretagne et rencontre Martin Clune qui lui demande d'écrire le scénario de la première saison de 'Doc Martin'. La série, qui remporte un grand succès en Grande-Bretagne, a gagné le prix de la meilleure fiction aux « British Comedy Awards » et a donné naissance à de nombreux remakes en France, en Allemagne, en Espagne et en Russie. Il est ensuite contacté par la BBC, au travers de Tiger Aspect Productions, et travaille en tant que producteur exécutif et showrunner sur 'Robin Hood' qui a été la série la plus vendue à l'international pour son distributeur BBC Worldwide.

Dominic Minghella a, depuis lors, créé sa propre société de production, Island Pictures ; une évolution qu'il considère logique. La création de cette société s'est imposée à lui comme une évidence. Il mûrissait ce projet depuis plusieurs années, mais son implication dans 'Robin Hood' – qu'il ne regrette pas – l'avait obligé à le reporter. Pour Dominic Minghella, la production est un processus créatif, au même titre que l'écriture. Toutes les décisions qui incombent traditionnellement au producteur – l'organisation du tournage, le financement, le casting – alimentent le processus créatif. Il ne faut, bien évidemment, pas avoir « peur de parler d'argent », ce qui effraie, il est vrai, certains auteurs. Interrogé sur le rôle d'un showrunner, Dominic Minghella rappelle que ce statut s'applique essentiellement à la production états-unienne. La culture du showrunning n'étant pas encore établie en Grande-Bretagne, il est difficile de lui attribuer un rôle spécifique. Un statut hybride a été toutefois créé pour les Soap, mais il est très différent du modèle américain. Par ailleurs, les « écrivains / producteurs » sont toujours associés à des « producteurs / producteurs ». Ainsi, pour 'Robin Hood', Dominic Minghella était associé à Foz Allan, producteur chez Tiger Aspects Productions. Il n'en demeure pas moins que le statut de showrunner rassure les diffuseurs.

En effet, il est, à leurs yeux, le garant de la qualité globale de la série. Les chaînes ont conscience qu'un scénariste ne peut pas écrire seul 13 épisodes d'une série, le temps qui lui est imparti étant trop court. Or, les diffuseurs prennent une décision de tournage sur la base d'un ou deux scénarios et ne sont donc pas certains que le ton ou la qualité qui les ont séduits seront maintenus sur l'ensemble des épisodes si plusieurs scénaristes sont associés au projet. Le fait qu'une personne unique assure au jour le jour le contrôle créatif de l'œuvre permet de maintenir la qualité de la série sur toute sa durée. Ainsi, à titre d'exemple, le showrunner peut adapter l'écriture au fur et à mesure que les épisodes sont tournés. En recevant les rushes tous les jours, il peut rapidement faire évoluer le scénario en fonction des acteurs ou des incidents sur le tournage. Enfin, Dominic Minghella rappelle que les chaînes ont souvent peur de commanditer des longues séries de 13 épisodes ou plus. Le showrunner apaise leurs craintes. Responsable de tous les aspects créatifs de la série, il est également le seul responsable en cas d'échec. Le showrunner est donc le parfait « bouc émissaire ». Le nombre de showrunners devrait, selon Dominic Minghella,

augmenter en Grande-Bretagne dans les années à venir, et cela, malgré la crise qui s'est abattue sur le secteur de l'audiovisuel. Si les chaînes en sont aujourd'hui réduites à une politique drastique de réduction des coûts, il n'en reste pas moins que la qualité des fictions qu'elles diffusent demeure leur principal objectif. Le système du showrunning permet non seulement de réaliser des économies d'échelle, mais également d'attirer les talents.

Par ailleurs, le succès d'une série est aujourd'hui mesuré en fonction de ses ventes à l'international. Une telle politique menace, bien évidemment, les séries « trop locales », mais également les formats jusqu'alors privilégiés par les chaînes britanniques ; à savoir les mini-séries de 4 ou 6 épisodes, lesquelles sont difficilement exportables, notamment aux États-Unis. Si ce format a longtemps été favorisé par les diffuseurs, explique Dominic Minghella, c'est que les scénarios étaient traditionnellement confiés à des dramaturges issus du théâtre. Ces derniers, « lorsqu'ils consentaient à travailler pour la télévision », refusaient d'écrire plus de 6 épisodes ; ce qui représente déjà un travail considérable. D'ailleurs, les producteurs de 'Doc Martin' ont toujours refusé de tourner plus de 8 épisodes par saison ; la principale raison étant que les habitants du village où la série est filmée n'apprécient guère d'être envahis par des équipes de tournage et que l'acteur principal – Martin Clune – ne veut pas être cantonné à ce rôle.

Sandra Ouais interroge Dominic Minghella sur l'implication des chaînes et leurs interventions dans le processus d'écriture. Dominic Minghella distingue, à ce sujet, la BBC d'ITV. La BBC, qui bénéficie d'équipes de travail plus larges, s'implique davantage dans le travail des scénaristes. Leurs interventions n'en demeurent pas moins limitées à quelques points de détail. Mais un scénariste apprend avec l'expérience que le plus difficile dans ce métier est « d'imposer sa vision » aux équipes de tournage, i.e. les acteurs et les réalisateurs. L'avis et les remarques des diffuseurs sont secondaires.

'Doc Martin' a fait l'objet de remakes dans plusieurs pays. Sandra Ouais souhaite savoir, à ce sujet, si Dominic Minghella a participé à l'adaptation de la série. Il lui répond qu'il n'a pas été consulté et qu'il n'a pas participé aux transactions ; en partie pour la simple raison que les producteurs n'avaient jamais imaginé que la série – qu'il avait été si difficile à monter – pouvait éventuellement être adaptée à l'étranger et qu'ils n'avaient donc pas inscrit cette possibilité dans son contrat. Dominic Minghella rappelle que la série a failli ne jamais voir le jour et qu'ITV a abandonné à plusieurs reprises le projet avant de donner son feu vert. Dominic Minghella avoue n'avoir vu aucun épisode de la version française et le regrette. Il a toutefois été informé que les acteurs étaient fantastiques.

En conclusion, Dominic Minghella évoque ses futurs projets. Il travaille actuellement à l'adaptation d'un roman de Daphné du Maurier intitulé « Le bouc émissaire ». Le film sera réalisé par Charles Sturridge. Il écrit également une série dont l'histoire se déroulera en prison. Il dirigera, enfin, un film historique sur une femme de ménage employée dans la villa toscane de Puccini, en 1903.



### DÉBAT AVEC LA SALLE

***Vous avez travaillé aux États-Unis. Quel souvenir en gardez-vous ?***

Dominic Minghella en garde un très bon souvenir. Il aime beaucoup travailler avec les Américains dont il apprécie l'enthousiasme et la spontanéité. Les Anglais, comme chacun le sait, sont plus réservés.

***Les co-productions internationales ont-elles une incidence sur le processus créatif ?***

Dominic Minghella estime avoir beaucoup de chance dans ce domaine. Les partenaires américains de 'Robin Hood' ne sont pas intervenus dans le travail d'écriture. La seule remarque qu'ils ont formulée concernait la dentition des acteurs. Il est, quoi qu'il en soit, favorable aux co-productions internationales et estime qu'il est, aussi paradoxal que cela puisse paraître, plus facile pour un auteur d'imposer sa vision lorsque le nombre de commanditaires est important.

***L'évolution du paysage audiovisuel en Grande-Bretagne et l'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs offrent-elles de nouvelles opportunités pour les auteurs ?***

Dominic Minghella pense que l'arrivée du groupe satellitaire Sky sur le marché de la fiction devrait effectivement offrir de nouvelles opportunités. Dans le même temps, la crise économique a cruellement impacté la BBC et Channel 4 dont les budgets consacrés à la fiction ont été sévèrement réduits. Il ne peut s'empêcher, par ailleurs, de signaler qu'il est de plus en plus difficile pour un jeune auteur de se faire un nom. L'émergence des showrunners fait qu'un nombre de plus en plus limité d'auteurs travaillent.

***La collaboration avec les producteurs ou les diffuseurs peut-elle être une source d'inspiration pour un auteur ?***

L'écriture est une tâche solitaire. Plus que leur collaboration, Dominic Minghella attend des producteurs qu'il lui apporte leur soutien, surtout lorsqu'il est gagné par le doute et qu'il n'arrive plus à avancer.

***Les séries anglaises ont un visuel très fort et très affirmé.***

***Comment se fait le travail avec les directeurs de la photo ?***

Le « look » de la série, l'univers visuel, la palette des couleurs ou le choix des caméras doivent être définis en amont, au moment de l'écriture et donc avant le tournage. Le directeur de la photo sera choisi en conséquence. Il en est de même pour la musique. Le compositeur doit, selon Dominic Minghella, être impliqué dans le projet avant le tournage. La musique peut, par exemple, inspirer le jeu des acteurs.

***L'écriture d'une série est-elle différente de l'écriture d'un long-métrage ?***

Dans un long-métrage, la narration doit accompagner le personnage et le faire évoluer. Dans une série, au contraire, les personnages ne doivent pas trop évoluer, ou alors très légèrement et subtilement. L'histoire change d'un épisode à l'autre, mais les personnages restent fidèles à eux-mêmes. Ainsi, les téléspectateurs ne veulent pas que 'Doc Martin' soit heureux !



## VENDREDI 6 JUILLET

### 'THE HOUR' (BBC – Grande-Bretagne)

Etude de cas

Intervenants :

Daniel ISAACS, chief operating officer, Kudos Films & TV  
Derek WAX et Ruth KENLEY-LETTS, producteurs, Kudos Films & TV

Animé par :

Jean-Marc AUCLAIR, scénariste

Avant de revenir sur l'univers envoûtant et « vintage » de la série 'The Hour', Jean-Marc Auclair demande aux participants de présenter le paysage audiovisuel en Grande-Bretagne.

La BBC est financée uniquement par la redevance, qui s'élève à 3 milliards de Livres. Sur cette somme, 800 000 £ sont absorbés par la seule chaîne BBC One. Avec 17 nouvelles séries lancées entre juillet 2011 et juin 2012, et 250 heures de programmation en prime time (à l'exception des Soaps), la BBC One est le premier diffuseur de fiction originale. La fiction chez ITV et Channel 4 représente respectivement 250 et 154 heures de programmation, toujours en prime time.

Daniel Isaacs indique que bien que la BBC s'enorgueillisse publiquement de ne pas s'intéresser aux taux d'audience, la compétition entre les différentes chaînes – et notamment avec ITV – est féroce ; ce qui complique d'ailleurs le travail des producteurs de fiction, les heures de diffusion des séries étant tenues secrètes jusqu'à la dernière minute. Cette compétition explique par ailleurs que les fictions diffusées sont désormais très différentes d'une chaîne à l'autre ; ce qui n'était pas le cas il y a 20 ans, quand on ne pouvait pas distinguer une série de la BBC d'une série d'ITV. Il convient de noter, par ailleurs, que ni BBC One, ni ITV ne diffusent de séries américaines en prime time.

Le marché de l'audiovisuel en Grande-Bretagne est encore riche d'opportunités pour les producteurs de fictions. Daniel Isaacs est persuadé que l'industrie va fortement évoluer dans les années à venir, surtout avec l'arrivée du groupe Sky sur le marché de la fiction. À l'image d'AMC aux États-Unis (responsable des immenses succès que sont 'Mad Men' et 'Walking Dead'), de nombreuses chaînes anglaises commencent à s'intéresser au monde des séries. Derek Wax confirme que la période est particulièrement propice aux créateurs, ajoutant que Channel 4 ambitionne également, depuis l'abandon de 'Big Brother', de devenir un acteur important de la fiction télévisée.

Interrogé sur Kudos Films and TV, Daniel Isaacs indique que la société fête ses vingt ans. Elle est aujourd'hui spécialisée dans la production de fictions et a à son actif les séries 'Spooks', 'Hustle' et 'Life on Mars' qui ont rencontré un très grand succès auprès des téléspectateurs. Kudos emploie 32 personnes et produit 50 heures de fiction par an. 7 nouvelles séries sont en cours de production. Kudos a été rachetée en 2007 par le groupe Shine.

Jean-Marc Auclair souhaite revenir sur 'The Hour', que certains considèrent comme le 'Mad Men' anglais. Jane Featherstone, la directrice de Kudos, est à l'origine du concept. Elle a toujours eu en tête l'idée de produire une série sur les coulisses d'une émission de télévision, et elle partageait avec Abi Morgan, la scénariste, une passion pour les années 50. Il faut savoir qu'au lendemain de la guerre, les « actualités télévisées » étaient gérées par le gouvernement, la BBC étant, en quelque sorte, son porte-parole. Le milieu des années 50 a vu l'émergence d'une nouvelle génération de journalistes, et des émissions comme 'Panorama' ont accompagné la naissance du journalisme d'investigation. La série 'The Hour' se déroule pendant la crise du canal de Suez en 1956, période durant laquelle la BBC a décidé, pour la première fois, de « se rebeller » contre le gouvernement. La série s'inspire de ces événements et des journalistes qui ont couvert

l'actualité à ce moment crucial. Derek Wax comprend que 'The Hour' puisse être comparée à 'Mad Men'. Les deux séries se déroulent effectivement dans les années 50, mais la comparaison s'arrête là. Abi Morgan a su créer des personnages originaux et son histoire s'inscrit plus dans le genre du thriller d'espionnage. Les deux séries, au final, sont très différentes.

Jean-Marc Auclair indique que les chaînes françaises refusent de produire des séries sur le monde de la télévision. Ce ne fut pas le cas avec 'The Hour', et la BBC a pris sa décision en moins d'une semaine. Il est évident, renchérit Derek Wax, que la présence d'Abi Morgan au générique en tant que scénariste – et dont le talent est reconnu en Grande-Bretagne – a séduit les dirigeants de la BBC qui continuent de privilégier les fictions d'auteurs. Il faut savoir, par ailleurs, que la BBC prend une décision de tournage sur la base d'un ou deux scénarios, et cela, ajoute Daniel Isaacs, du fait « qu'aucun scénariste de renom n'accepterait de perdre un an de sa vie pour écrire une saison entière sans avoir l'assurance que la série sera effectivement produite ».

Abi Morgan a commencé sa carrière en écrivant pour le théâtre. Sa première fiction télévisée – produite par BBC Two – s'intitulait 'Murder'. Elle y démontrait son talent pour raconter de façon provocante et insolite une histoire. Derek Wax lui a confié, il y a 10 ans, l'écriture de la mini-série 'Sex Traffic'. L'œuvre a remporté plus de vingt prix internationaux et Abi Morgan est devenue du jour au lendemain l'un des auteurs les plus courus en Grande-Bretagne.

L'écriture des six épisodes de la première saison a été intégralement confiée à Abi Morgan. Le plus étonnant étant qu'elle travaillait à l'époque sur six autres projets, dont le film 'Shame' de Steve McQueen, une adaptation d'un roman de Dickens et deux pièces de théâtre. Elle a été tout spécialement impliquée dans le projet de 'The Hour'.

Ruth Kenley-Letts précise qu'elle donnait son avis sur tous les aspects de la production, que ce soit pour le choix des réalisateurs ou des acteurs, mais également pour le montage. La série étant filmée dans un immense immeuble dans le nord de Londres, un bureau lui a été aménagé pour qu'elle puisse continuer à écrire pendant le tournage. Elle pouvait, de surcroît, participer aux répétitions, et elle recevait les rushes après chaque jour de tournage. Ruth Kenley-Letts recevait tous les jours, durant la première semaine de tournage, des e-mails de cinq pages riches en notes, observations et remarques ; sachant que les scénarios d'Abi Morgan sont très riches en détails, que ce soient sur le plan des décors ou des costumes ; ce qui n'est pas toujours du goût des réalisateurs qui, rappelons-le, ne disposent que de onze jours pour boucler un épisode d'une heure. Il leur est donc impossible de respecter toutes les indications scéniques. Jean-Marc Auclair évoque alors le statut de showrunner, mais Daniel Isaacs récusé ce terme – qui, selon lui, s'applique uniquement à la production états-unienne –, ajoutant que Abi Morgan était productrice exécutive.

Jean-Marc Auclair s'interroge sur l'implication des diffuseurs.

Derek Wax précise que les scénarios leur sont systématiquement envoyés. Ils participent aux séances de lecture avec les acteurs.

Interrogé sur le coût de la série, Daniel Isaacs indique qu'il s'élève à 1 million de Livres par épisode. Chaque chaîne – ajoute-t-il – définit



une échelle tarifaire pour les fictions qu'elle produit ; celle-ci varie entre 700 000 et 900.000 £.

'The Hour' étant une co-production anglo-américaine, Jean-Marc Auclair souhaite savoir si les producteurs américains ont leur mot à dire sur l'accent des acteurs. Daniel Isaacs le confirme. Effectivement, ils préfèrent que les acteurs n'aient pas des accents régionaux trop forts. Ce ne fut pas le cas sur 'The Hour'. Derek Wax a produit, en revanche, un téléfilm – 'Occupation' – dont les acteurs étaient originaires de Liverpool et Manchester. La série a été sous-titrée pour sa diffusion aux États-Unis.

En conclusion, Derek Wax indique que la BBC a commandé une seconde saison une semaine après la diffusion du premier épisode.

#### QUESTIONS DE LA SALLE

##### Quels ont été les premiers éléments qui ont été présentés à la BBC ?

Daniel Isaacs répond que le concept de la série (l'univers et les personnages), accompagné d'un court descriptif de deux pages, a été présenté à la BBC. L'objectif étant de leur fournir assez d'éléments pour les intriguer et qu'ils commanditent un scénario. En Grande-Bretagne, les diffuseurs n'aiment pas recevoir « des bibles de 60 pages », car ils préfèrent être impliqués dans le processus de développement. Une fois le scénario terminé, celui-ci leur est transmis. Dans le meilleur des cas, ils adorent le script et donnent immédiatement leur feu vert. Le plus souvent, les diffuseurs transmettent une liste de remarques qui sont alors utilisées pour écrire une seconde version. Derek Wax rappelle qu'en moyenne, sur les 10 projets présentés aux chaînes, seulement deux ou trois sont approuvés.

##### Les chaînes financent-elles les scénarios dans leur intégralité ?

La BBC, Channel 4 et Sky financent les scénarios dans leur intégralité, même si la série n'est pas faite. ITV contribue à hauteur de 10 000 Livres au développement. Daniel Isaacs ajoute que si la BBC dispose d'un département de production de fiction en interne, elle doit commander, selon la loi, des séries à des studios indépendants à hauteur de 25 % ; mais en réalité, l'on est plus proche des 40 %.

##### Combien de projets de séries sont envoyés chaque année à la BBC ?

La BBC ne fournit aucune information sur ce point.

Interrogée sur son parcours professionnel, Ruth Kenley-Letts répond enfin qu'elle a débuté sa carrière en tant qu'actrice. Elle est ensuite passée derrière la caméra, avant de devenir productrice. Daniel Isaacs retient qu'elle a reçu, en tant que réalisatrice, l'oscar du meilleur court-métrage en 1995.

•



## DROIT D'AUTEUR & COPYRIGHT

Les droits d'auteur dans le contexte de la coproduction internationale

Intervenants :

Debora ABRAMOWICZ, directrice des projets et développements internationaux, SACD

Philippe LYON, scénariste

Animé par :

Nicole JAMET, scénariste

Nicole Jamet présente les deux intervenants, Debora Abramowicz, directrice des projets et développements internationaux à la SACD, et Philippe Lyon, le scénariste de 'XIII' qui a travaillé, notamment dans ce cadre, dans un atelier d'écriture.

### DROIT FRANÇAIS VS COPYRIGHT

Constatant l'émergence de nouveaux désirs de coproductions internationales, Nicole Jamet se demande s'il s'agit là d'une vraie tendance. Debora Abramowicz confirme que depuis un an ou deux, il y a eu quelques projets importants de coproduction comme 'XIII' ou 'Les Borgia', mais à la SACD, on ne peut pas pour autant parler de tendance, sauf peut-être dans le domaine de l'animation. Il est ensuite précisé – si besoin était – que la SACD n'est pas réservée aux auteurs français et que les étrangers peuvent s'y inscrire, à la condition que leurs contrats soient conformes aux règles de droit français. Ainsi, les auteurs étrangers peuvent déclarer leurs œuvres et percevoir les droits afférents avec, au moins en théorie, la garantie d'une rémunération proportionnelle.

Debora Abramowicz rappelle la différence entre un fonctionnement français et plus généralement européen, et le fonctionnement américain où les droits sont gérés par des guildes locales qui négocient les droits des auteurs canadiens et américains avec des minimums prévus dans des conventions collectives et, en général, des forfaits initiaux importants rarement suivis de quelques droits résiduels pour des exploitations à l'étranger. En effet, dans ce cadre, les auteurs cèdent en général leurs droits pour une exploitation dans le monde entier.

Nicole Jamet comprend qu'un auteur français peut également choisir de s'affilier au droit anglo-saxon, mais l'expérience montre qu'il convient alors le plus souvent qu'il ait un agent dans les pays concernés.

Debora Abramowicz indique que dans la pratique, des auteurs français signent le plus souvent un contrat avec l'un des coproducteurs français. Il lui semble d'ailleurs que c'est le meilleur cadre – « je résisterais aux sirènes du copyright si j'étais un auteur français », dit-elle –, mais que si quelqu'un insiste pour que l'auteur signe un contrat dans le cadre du « copyright », il faut que ce dernier soit particulièrement vigilant pour bien comprendre toutes les arcanes du contrat en question.

Mais pourquoi céderait-on aux sirènes du copyright ? Debora Abramowicz répond que le forfait de départ peut parfois être très intéressant et qu'il faut alors réfléchir, mais, des années plus tard, on se rend souvent compte qu'on n'a plus aucun droit sur l'œuvre, et ce, même si elle a été adaptée, déclinée, distribuée et exploitée largement. L'auteur, souvent, n'en voit alors rien.

Philippe Lyon comprend cet argument, mais rappelle que dans un système de rémunération proportionnel, où les versements s'étalent sur des années, très souvent, l'auteur ne voit rien remonter là non plus et a de grandes difficultés à vivre de son métier !

Debora Abramowicz signale toutefois que la SACD veille dans les pays avec lesquels elle a un accord.

Souvent, pour simplifier la gestion des droits, les coproducteurs se partagent les territoires. Cela est très complexe en droit français, surtout si les autres coproducteurs se refusent à faire des redditions.

Philippe Lyon estime qu'il est important de trouver un compromis entre ces deux systèmes, car si le droit français est évidemment très protecteur et théoriquement favorable aux auteurs, dans la pratique, le copyright est bien souvent beaucoup plus rémunérateur.

Debora Abramowicz insiste alors à nouveau sur l'importance du rôle du producteur, notamment en Allemagne ou dans les pays scandinaves qui n'ont pas d'accord avec la SACD et où le producteur est dès lors entièrement responsable du paiement des auteurs. Elle précise que la SACD met à disposition des auteurs et des producteurs des modèles de contrats, qui ont été traduits, et qu'en parallèle, des Anglo-Saxons ont été aidés pour amender leur contrat afin qu'ils puissent adhérer à la SACD.

Le droit français, précise Debora Abramowicz, est également parfois perçu, du fait du « final cut », comme un droit qui ferait de l'auteur « un emmerdeur ».

### UN FRANÇAIS CHEZ LES AMÉRICAINS

Philippe Lyon évoque la manière dont le travail s'est déroulé sur la série 'XIII', rappelant qu'avant la série elle-même, deux pilotes de 90 minutes avaient été écrits par lui, avec son co-auteur, et qu'ils ont ainsi posé la base de l'adaptation. Il souligne avoir eu la chance que l'auteur de la bande dessinée 'XIII' ait pu servir d'arbitre ; ce fut d'autant plus utile que, cette bande dessinée n'ayant pas été traduite en anglais, adapter cette histoire avec des partenaires anglophones a parfois été compliqué...

Il a cependant été fasciné par la confrontation entre le mode de travail français et le mode de travail canadien. Les tensions n'ont pas été rares une fois que ces derniers ont repris le contrôle sur le tournage et introduit les importantes questions de coûts et d'argent. Ainsi, par exemple, dans le système anglo-saxon dit du « copyright », les auteurs sont rémunérés en fonction des crédits inscrits au générique. C'est donc là que se situe la plus grande partie de la discussion autour du contrat. L'auteur négocie en effet pied à pied le titre qu'il aura au générique et, à cette occasion, demande même souvent d'avoir des « crédits producteur ». En l'occurrence, son co-auteur a ainsi menacé de saisir la guilde du Canada pour démontrer qu'il était davantage auteur que lui-même.

Revenant sur l'expérience d'écriture collective, Philippe Lyon indique que l'équipe canadienne travaillait avec un showrunner américain, mais qu'en l'occurrence, ils avaient besoin de lui pour coller à l'histoire originale particulièrement tentaculaire et qu'il a fallu, pour les besoins de l'adaptation, « pacifier sans dénaturer ». La writing room est au départ un grand hangar de 2000 m<sup>2</sup>, dont 800 m<sup>2</sup> de bureaux, et le travail commence sur un tableau blanc, vierge, collé sur le mur, découpé en 13 colonnes pour lancer l'écriture de la saison.

À l'américaine, il arrive que l'aventure commence sans garantie réelle, sur la parole donnée, dans l'enthousiasme du départ, et cela ne va pas sans risque. Ainsi, il est parti à Los Angeles, sans argent, et n'a été payé qu'un mois plus tard. S'il s'était alors inscrit dans le système anglo-saxon, cela n'aurait pas été possible car, très protectrices de leurs auteurs et des droits acquis, les associations d'auteurs l'auraient exclu



très rapidement comme elles le font avec tout auteur « qui ne suivrait pas les règles ». Il aurait alors été mis au ban de son syndicat et perdu de très nombreux avantages, et notamment ses droits à la retraite. Il comprend d'ailleurs que la force de ces syndicats américains puisse faire peur à certains producteurs, mais reconnaît qu'ils sont par ailleurs très efficaces, notamment grâce à des contrats type et des grilles de salaires partagés.

Nicole Jamet confirme que les guildes font parfois même un peu peur à leurs auteurs eux-mêmes, mais ajoute que s'il arrive qu'en France on commence aussi parfois à travailler sans contrat, il faudrait une réorganisation du travail, notamment avec les diffuseurs, afin que ces derniers acceptent de s'engager concrètement dès le départ et avant que le travail d'écriture ne commence.

### DE L'IMPORTANCE D'ÊTRE BILINGUE

Philippe Lyon indique qu'il a d'abord eu un contrat pour créer la Bible et un deuxième pour participer à cet atelier d'écriture et que, à ce moment-là, les producteurs français l'ont pris en charge ainsi que les deux participants belges, pendant que les producteurs américains s'occupaient des auteurs anglo-saxons. Pour lui, si la puissance de feu des ateliers d'écriture américains est parfois nécessaire, les auteurs européens ont leur place dans le système. À cet égard, Philippe Lyon souligne qu'il a évidemment été aidé par le fait qu'il peut écrire en anglais, et il conseille à cette occasion aux jeunes auteurs français et européens de s'atteler à maîtriser cette langue. Il est en effet excitant de participer à des programmes qui seront d'emblée conçus comme étant européens, voire mondiaux.

Nicole Jamet souligne à son tour l'importance, pour les auteurs, d'être bilingues ; or, ce n'est pas encore très courant. À cet égard, elle insiste sur l'importance de travailler à la formation des auteurs, et ce, notamment avec la Guilde des scénaristes.

Debora Abramowicz revient sur l'importance de pouvoir parler anglais, ne serait-ce que pour échanger avec les autres auteurs. Elle estime qu'il faut pousser les coproducteurs à s'inspirer de ce qui se fait déjà depuis beaucoup plus longtemps dans l'animation.

Si besoin était, l'importance de l'évolution vers des coproductions internationales plus faciles à mettre en œuvre est évoquée puisqu'aujourd'hui, les questions de budget font qu'il ne peut plus y avoir de projets réellement ambitieux qui ne soient cofinancés à l'international et conçus en prévision d'une exploitation à l'étranger. Les difficultés de langue sont à nouveau explorées sachant que pour une diffusion dans certains pays, il faudra évidemment réécrire la série dans la langue en question. La gradation de l'implication des auteurs est alors évoquée, puisque les uns peuvent être en charge du « concept » et les autres du dialogue et de l'adaptation culturelle parfois nécessaire. Peut-être faut-il d'ailleurs, à l'avenir, travailler davantage sur les concepts pour laisser davantage de place aux adaptations nationales éventuellement nécessaires...

### AVANTAGE THÉORIQUE CONTRE AVANTAGE PRATIQUE

Philippe Lyon souligne un paradoxe concret qui veut que, théoriquement, le

droit français est particulièrement protecteur et que, dans la pratique, c'est aux États-Unis qu'on arrive à vivre du métier d'auteur et à être payé. Il lui semble être à une charnière intéressante et devant un chantier qu'il faudrait prendre à bras-le-corps pour trouver des solutions qui permettraient réellement des coproductions internationales avec des contrats d'auteurs compréhensibles et partagés.

Il est ainsi suggéré de travailler avec la SACD et de lui demander, par exemple, de traduire ces conventions collectives et règles des guildes américaines si exhaustives et difficiles à comprendre pour un auteur comme pour un producteur français.

Debora Abramowicz ne peut pas s'engager à ce que cela soit fait, mais relatera la demande et rappelle que la SACD propose du conseil pour les auteurs et les producteurs qui veulent négocier en anglais. Les contrats remis sont traduits et il est expliqué aux acteurs du monde anglo-saxon ce qu'ils doivent modifier pour pouvoir déclarer leurs œuvres à la SACD. Cela se fait gratuitement.

### DÉBAT AVEC LA SALLE : UNE NÉCESSAIRE UNION DES ACTEURS DE LA FILIÈRE, UNE HARMONISATION ET UNE CONJONCTION DES EFFORTS DE TOUS

Dans la salle, les questions sont posées par de jeunes scénaristes qui indiquent que de plus en plus souvent, ils sont obligés de monter leur propre société de production parce qu'aujourd'hui, un auteur qui veut être reçu par un diffuseur ne l'est pas, le diffuseur ne recevant que des producteurs. Ceci n'est évidemment pas une bonne solution et les acteurs de la filière ont intérêt à se rapprocher pour trouver de meilleurs processus. Le showrunner américain est, par exemple, un auteur qui a beaucoup de poids et qui se rapproche de celui du producteur.

Trop dispersés, les auteurs ne sont pas assez forts. Ils doivent s'unir pour travailler ensemble à améliorer leur statut et le respect de leurs droits. Et ce travail essentiel ne pourra pas se faire uniquement entre auteurs et producteurs, sans les diffuseurs. Il faut sensibiliser tout le monde à l'urgence de la situation et à l'importance, pour l'ensemble de la filière, de régler ces questions. Cela est d'autant plus important pour le monde de la télévision, où le producteur a moins de liberté qu'au cinéma et est, plus étroitement encore, lié aux décisions explicites ou implicites du diffuseur.

Nicole Jamet insiste sur la nécessité de voir la profession s'unir : producteurs, réalisateurs, scénaristes doivent se rapprocher et trouver ensemble les moyens de travailler plus efficacement à la création de séries intéressantes, dans le respect des droits et des intérêts de chacun. Cela permettra également de faciliter les coproductions internationales qui sont de plus en plus souvent la seule possibilité de faire naître un projet d'envergure.

En France, ce pays riche d'institutions favorables à la création et de systèmes d'aide et d'innovation performants, la situation est loin d'être désespérée. Cela n'exonère pourtant pas d'un travail de concertation, de clarification et de simplification. Nicole Jamet en est convaincue : pour un avenir créatif et productif, il faut se battre pour réussir, ensemble.



## LA COPRODUCTION EUROPÉENNE DE SÉRIES

Discussion autour des sujets « phares » liés à la coproduction européenne : enjeux artistiques, écriture, langue, sujets, financements, conditions et lieux de tournage, diffusion...

Intervenants :

Tinny ANDREATTA, responsable des co-productions, Rai fiction (Italie) / Stefan BARON, directeur de la fiction, SVT (Suède) / Ingolf GABOLD, producteur Eyeworks (Danemark), ancien directeur de la fiction de DR (Danemark) / Beatriz HERZOG Ruiz de Alegria, drama executive, Antena 3 (Espagne) / Fabrice DE LA PATELLIÈRE, directeur de la fiction, Canal + (France) / Daniel ISAACS, chief operating officer, Kudos Films & TV (Grande-Bretagne) / Luca MILANO, directeur marketing et animation, Rai fiction (Italie) / Dominic MINGHELLA, showrunner et scénariste (Grande-Bretagne) / Tone C. RØNNING, head of fiction, NRK (Norvège) / Aviva SILVER, chef d'unité, Programme Media (Europe – Belgique) / Arlette ZYLBERBERG, directrice de la fiction, RTBF (Belgique) / Steven VAN ZANDT, musicien, comédien, producteur exécutif Lilyhammer

Animé par :

Jean-Marc AUCLAIR, scénariste

Avant d'ouvrir le débat, Jean-Marc Auclair demande à Aviva Silver de présenter les tendances du marché et les évolutions en cours.

Si le numérique touche différemment le cinéma et la télévision, la multiplication de plateformes de chaînes et l'utilisation des réseaux sociaux ont un impact important sur l'investissement. Au plan européen, par exemple, on constate que la répartition des recettes publicitaires sur cette multitude de plateformes a un effet négatif sur l'investissement dans la fiction. Se pose également la question de la visibilité des œuvres et de la promotion des contenus européens. Aviva Silver fait constater que les Américains ont un avantage sur ce point, mais également que les séries peuvent avoir un effet promotionnel très positif pour la chaîne qui le diffuse. Encore faut-il que l'Europe soit en capacité de profiter de ces évolutions.

Un débat a été organisé hier sur le métier du showrunner et son importance pour mener à bien de grandes séries en coproduction.

Quels sont les nouveaux métiers ? Quelles sont les formations nécessaires pour ce nouvel environnement ? Le programme Media soutient trois volets pour la télévision ; le premier concerne la formation, laquelle se veut internationale. Reconnaissant que le marché ne s'arrête pas aux frontières de l'Europe, des formations sont organisées avec l'Argentine ou encore la Corée du Sud. Le second volet est l'aide au développement de projets, et le troisième concerne l'aide à la distribution télévisuelle (le soutien aux producteurs indépendants pour créer des œuvres audiovisuelles). Le nouveau programme Media 2014 ambitionne d'enrichir son éventail et proposera des modules sur les nouvelles formes d'écriture, les nouveaux métiers (le showrunner) et la coproduction.

Jean-Marc Auclair propose d'ouvrir le débat et interroge l'ensemble des participants sur l'état de la coproduction dans leurs pays respectifs. La Grande-Bretagne occupe une place à part dans le paysage audiovisuel européen. Daniel Isaacs indique que le nombre de coproductions y est encore très faible ; sur l'ensemble des nouvelles séries qui ont été programmées ces derniers 11 mois, seulement deux sont coproduites avec des partenaires européens. Les mécanismes de financement font que les chaînes n'y ont que très rarement recours, et si elles font appel à ce mécanisme, c'est dans l'intention de produire des séries « à plus grande échelle », plus ambitieuses ou qui traitent de sujets qui sont rarement – pour ne pas dire jamais – abordés dans les fictions proposées par les diffuseurs locaux. Traditionnellement, la Grande-Bretagne propose des mini-séries ou des fictions historiques qui s'adressent essentiellement aux marchés locaux. Aujourd'hui toutefois, les diffuseurs anglais tentent de concurrencer les fictions développées aux États-Unis, et ces nouvelles ambitions exigent des budgets beaucoup plus conséquents, ce qui obligera – Daniel Isaacs en est convaincu

– les chaînes anglaises à s'ouvrir aux coproductions. Cette transition inévitable sera toutefois lente. Si BBC One et ITV sont encore très frileuses, les ambitions de Sky – qui entend bien se développer sur le marché de la fiction – sont plus orientées vers l'international, le groupe satellitaire souhaitant offrir aux téléspectateurs des produits différents. Le cas de l'Espagne est quelque peu identique, note Beatriz Herzog Ruiz de Alegria. Il est vrai que le nombre de coproductions y est encore limité. Toutefois, la situation est en train d'évoluer, et une chaîne comme Antena 3 se tourne progressivement vers des partenaires européens. Les chaînes espagnoles – au même titre que les chaînes anglaises – ont toujours privilégié les fictions qui s'intègrent dans un contexte purement local. Cela étant dit, les goûts des téléspectateurs, notamment les plus jeunes, ont évolué et le recours aux coproductions ne répondra pas tant à un besoin de finances supplémentaires qu'à la nécessité de développer de nouveaux contenus.

La Belgique coproduit quant à elle entre 40 et 50 épisodes de séries françaises par an, et ceci, essentiellement pour des raisons de droits de diffusion. Toutefois, elle a le plus grand mal à faire coproduire par la France les séries belges. Il est vrai, comme le souligne Arlette Zylberberg, que la Belgique ne disposait pas de scénaristes de séries télévisées. Depuis 8 ans, l'objectif est de promouvoir l'écriture de séries d'initiative belge. Paradoxalement, si les coproductions européennes fleurissent, la Belgique tente au contraire de développer des démarches plus locales de production. Cela dit, si la Belgique ne coproduit pas de séries avec d'autres pays que la France, c'est aussi parce que la télévision belge francophone refuse de diffuser des séries en langue originale sous-titrée.

En Italie, traditionnellement, les coproductions internationales accompagnaient les grands événements télévisuels. Luca Milano cite le 'Jésus de Nazareth' de Franco Zeffirelli dans les années 70 ou plus récemment 'Coco Chanel' ou 'Pinocchio'; des fictions qui traitent de sujets populaires et connus, pouvant attirer un public européen, voire américain. Aujourd'hui, la tendance est, pour des raisons à la fois économiques et éditoriales, de coproduire des séries européennes, en réponse à l'émergence d'une « culture européenne » chez les téléspectateurs, notamment chez les plus jeunes. Ainsi, la Rai développe de nombreux partenariats avec la France et l'Allemagne. Les tentatives de coproductions avec les Anglais sont plus rares, les chaînes – et tout particulièrement la BBC – refusant toute ingérence dans le processus d'écriture... Et Tinny Andreatta de faire remarquer que « les Anglais veulent l'argent, mais rien de plus ». Daniel Isaacs le confirme, expliquant que les diffuseurs anglais estiment que les contenus doivent s'adresser en priorité au public britannique ; pour eux, les goûts des téléspectateurs anglais et italiens sont trop différents.



Fabrice de la Patellière fait alors remarquer que le contexte hautement concurrentiel oblige les diffuseurs à trouver des programmes de plus en plus forts. Canal +, une chaîne payante, se doit aujourd'hui de proposer à ses abonnés des séries qui peuvent rivaliser, sur le marché international, avec les programmes issus du marché nord-américain. La coproduction permet de doubler – ou plus – les budgets des séries et de s'emparer de sujets qu'il serait impossible de traiter avec une production locale ; toute la difficulté étant de trouver des sujets communs, sans tomber dans le « pudding européen ». C'est, selon Dominic Minghella, l'un des grands dangers auxquels sont confrontés les producteurs qui s'engagent dans une coproduction, car les séries produites « à force de tenter de parler à tout le monde, ne parleront à personne » ! Cela rejoint le débat sur les difficultés rencontrées par l'Italie pour développer des coproductions avec la Grande-Bretagne. Les chaînes sur le marché européen sont, en termes d'image notamment, très différentes, et les diffuseurs, contrairement aux producteurs, ont le plus grand mal à identifier les partenaires potentiels. Fabrice de la Patellière est convaincu que l'on « ne peut pas tirailler un projet entre deux directions artistiques différentes ». Les coproductions ne sont viables que si l'on s'assure, au préalable, que les diffuseurs partagent la même vision artistique.

Selon Tone C. Rønning, l'histoire prime sur tous les autres éléments. « Si l'histoire est bonne, tout le reste suivra ». Elle prend pour exemple la série 'Lilyhammer', une coproduction entre la chaîne norvégienne NRK et Netflix, le géant de la VOD aux États-Unis. C'est la force de l'histoire qui a séduit Steven Van Zandt et qui lui a fait accepter le rôle principal de la série. Quoi qu'il en soit, les pays scandinaves ont une longue tradition en matière de coproduction, un fonds nordique de financement ayant été mis en place il y a très longtemps.

Jean-Marc Auclair aborde alors le problème de la langue. Les séries coproduites sont-elles forcément en anglais ? Sur ce point, s'il convient que l'anglais est la langue des échanges, Fabrice de la Patellière est convaincu que l'on peut imaginer des séries coproduites qui ne sont pas uniquement tournées en langue anglaise. Ainsi, Canal + et Kudos travaillent actuellement à l'adaptation de la magnifique série 'Broen' et reprennent le principe de la rencontre entre deux cultures : ici la France et l'Angleterre. Le corps retrouvé dans la série originale au milieu du pont reliant la Suède au Danemark sera retrouvé cette fois au milieu du tunnel sous la Manche. À noter, par ailleurs, qu'une adaptation américaine de cette même série est en cours d'écriture. Toujours sur le sujet de la langue, Ingolf Gabold rappelle que l'Europe est un continent multiculturel et que la grande variété des langues qui y sont parlées en fait sa force. Malheureusement, les diffuseurs continuent d'avoir peur de programmer des séries étrangères en version originale sous-titrée. Il prend pour exemple le cas d'une coproduction danoise et allemande. La série a été tournée dans 13 pays européens avec des acteurs locaux parlant leur propre langue. Dans les pays scandinaves, la série a été diffusée en version originale. En Allemagne, les diffuseurs ont décidé de doubler l'œuvre en allemand, ce qui voulait dire qu'au final, tous les personnages parlaient allemand. Le concept même de la série avait été trahi : elle ne faisait plus sens.

Les séries doivent respecter les identités et particularités de chacun. 'Lilyhammer' constitue, à ce titre, le meilleur exemple d'une coproduction qui a su respecter les spécificités des deux pays associés : la Norvège et les États-Unis. Les différences culturelles sont le sujet même de la série. Steven Van Zandt était convaincu que 'Lilyhammer' devait être « la plus norvégienne possible ». D'ailleurs, l'engouement des coproducteurs américains pour la série a été tel qu'ils ont décidé, pour la diffusion aux États-Unis – et c'est un cas unique – de ne pas doubler les dialogues norvégiens en anglais, afin de conserver l'originalité du concept. Steven Van Zandt a appris de David Chase (le créateur de la série télévisée 'The Sopranos') que « plus vous êtes singulier, plus vous êtes universel » ; preuve que les coproductions sont l'avenir de la fiction télévisée.



## 'REAL HUMANS' (Suède – SVT)

### Etude de cas

#### Intervenants :

Stefan BARON, producteur exécutif et directeur de la fiction, SVT

Harald HAMRELL, réalisateur

Lars LUNDSTRÖM, scénariste et créateur Matador Films

Lisette PAGLER et Pia HALVORSEN, comédiennes

Henrik WIDMAN, producteur Matador Film

Animé par :

Philippe TRIBOIT, réalisateur

Ceux qui ont eu la chance d'assister à la projection du premier épisode de la première saison de 'Real Humans' (Åkta Människor) auront compris que cette série occupe une place à part dans le paysage audiovisuel suédois. En effet, contrairement aux pays anglo-saxons, la Suède (comme la France, d'ailleurs) n'est pas traditionnellement portée sur la science-fiction. C'est pourtant bien dans cet univers que la série 'Real Humans' évolue, dépeignant une société où les robots humanoïdes sont devenus des objets usuels. Avant de revenir sur cet univers aussi étonnant que fascinant, Philippe Triboit demande aux participants de présenter le paysage de la fiction télévisée en Suède.

Avec 35 % de parts de marché, Stefan Baron précise que SVT1 (qui appartient au groupe public Sveriges Television) est la première chaîne de Suède. Sa première concurrente est la chaîne privée TV4 qui occupe la seconde place (30 % de parts de marché). Suivent SVT2 et deux autres chaînes commerciales : Kanal 5 (groupe ProSieben) et TV3 (groupe Modern Times). Avec deux soirées de fiction par semaine – les dimanches et les lundis soirs –, le groupe SVT est le premier diffuseur de fiction originale suédoise. SVT1 produit 4 séries par an, 5 mini-séries et 1 sitcom. 40 % des séries sont aujourd'hui produites en interne, mais ce pourcentage continue de baisser depuis 4 ans et devrait s'établir à 25 %, le groupe ayant choisi de faire de plus en plus appel à des studios indépendants. TV4 produit essentiellement de la fiction policière, programmée dans la case du dimanche soir, à 21 h. TV3 est plus spécialisée dans les sitcoms, mais certaines rumeurs font part de la volonté de la chaîne d'étendre sa position sur le marché de la fiction ; une concurrence que Stefan Baron juge positive, tant elle permettra d'accroître l'offre de fiction en Suède.

Interrogé sur la genèse de 'Real Humans', Lars Lundström indique que « l'idée a surgi de sa tête comme par miracle », il y a environ sept ans. Le projet lui semblait, à l'époque, trop ambitieux. Il l'était d'autant plus qu'il est très inhabituel de produire des séries de science-fiction en Scandinavie, ce genre étant davantage associé aux États-Unis. Il a donc abandonné le projet. Le premier épisode de la série 'True Blood' (diffusée sur HBO) lui a démontré qu'il était possible d'imposer un univers – aussi particulier soit-il – sans explication préalable. L'univers de 'True Blood' s'impose de lui-même et Lars Lundström a compris qu'il pouvait créer un monde auquel le spectateur pouvait croire sans expliquer la genèse des robots. Dès le premier épisode, les Hubots (humains + robots) existent, et ce qui importe n'est pas tant d'exposer leur fabrication, mais de partir de leur existence même pour développer des histoires. 'Real Humans' est, en ce sens, une formidable « machine à raconter des histoires ». Lars Lundström a commencé à travailler sur le scénario en 2009 et l'a achevé en septembre 2012, sachant que le tournage a démarré en avril 2011. Le tournage a été divisé en trois blocs : deux blocs de quatre épisodes et un dernier bloc de deux épisodes, la décision de produire 10 épisodes (de 60 minutes) ayant été prise très en amont. Le fait de continuer d'écrire pendant le tournage et de voir les robots incarnés lui a permis d'infléchir sa manière d'écrire. De même, le fait de voir la qualité du jeu de certains acteurs l'a inspiré pour approfondir leurs rôles.

L'audiovisuel en Suède constitue une petite communauté où tout le

monde se connaît et Henrik Widman a présenté directement le projet à Stefan Baron, qui lui a rapidement fait part de son enthousiasme. Lars Lundström salue, à ce titre, le courage de Stefan Baron qui s'est fortement impliqué dans toutes les étapes de la conception de la série et de sa réalisation. La science-fiction n'étant pas un genre fédérateur, le projet n'aurait jamais pu voir le jour sans son engagement. Cela étant dit, la série étant pour le moins atypique, Matador a décidé de tourner un pilote de quelques minutes pour convaincre des directeurs de SVT. La réalisation en a été confiée à Harald Hamrell qui avoue que cette idée lui a semblé quelque peu étrange. Il a beaucoup tourné pour la télévision et c'était la première fois qu'on lui demandait de réaliser un pilote. Aujourd'hui, il estime que ce fut « la meilleure chose qui pouvait arriver ». Ce fragment de sept minutes a permis de définir non seulement l'aspect visuel de la série, mais également les mouvements des robots.

En matière de casting, les producteurs ont souhaité que les rôles de robots soient attribués à des acteurs peu connus, et ceci, afin qu'il soit plus facile pour les téléspectateurs de croire à l'univers qui leur était proposé. Il est, bien évidemment, difficile pour un acteur habitué à exprimer tout un panel d'émotions de maîtriser la froideur des robots. L'actrice Lisette Pagler, qui interprète un Hubot, s'est appuyée sur son expérience de danseuse professionnelle pour apprivoiser leur gestuelle. Un atelier a été organisé avec un professeur de mime pour définir une gestuelle commune à l'ensemble des robots et apprendre aux acteurs comment isoler leurs mouvements. Toutefois, durant les répétitions, Harald Hamrell a exigé des acteurs incarnant des robots qu'ils jouent comme s'ils interprétaient des êtres humains, pour bien s'imprégner de la tension dramatique de la scène. Au moment du tournage, il ne restait plus aux acteurs qu'à rajouter « une couche de robotique » à leur jeu. Il leur suffisait, par exemple, de ne pas regarder les autres acteurs directement dans les yeux, mais plutôt « entre les yeux ». Pia Halvorsen, qui interprète un rôle plus traditionnel, a dû s'habituer à travailler avec des acteurs dont le jeu était pour le moins minimaliste. Les hubots ne sont pas réellement des machines et le rapport que son personnage entretient avec les robots incarne le sujet de la série ; à savoir ce qui rend humain les humains.

Jean-Marc Auclair s'interroge sur l'utilisation de la musique dans la série et souhaite savoir à quel stade de la production intervient le compositeur. Lars Lundström indique qu'il écoute beaucoup de musique lorsqu'il écrit, mais que celle-ci n'est jamais utilisée au final. Dans le cas de 'Real Humans', le compositeur est intervenu dans les dernières étapes du montage du premier épisode.

Interrogé sur la réalisation d'une seconde saison, Stefan Baron répond que la commande est en bonne voie, mais qu'elle n'a toujours pas été officialisée. Il ajoute que l'option pour une seconde saison n'était pas incluse dans les contrats des acteurs, ce qui complique le processus. Sur ce point précis, Henrik Widman indique que les acteurs ont été prévenus rapidement que l'objectif était de réaliser 2 ou 3 saisons ; ce que Pia Halvorsen confirme.



#### QUESTIONS DE LA SALLE

##### *Quel a été le taux d'audience de la série ?*

Stefan Baron indique que l'audience des deux premiers épisodes de 'Real Humans', diffusés le dimanche soir, a été un peu plus faible qu'attendu. La série a séduit 850 000 personnes, soit 20 % des parts du marché, au lieu des 25 % espérés. Or, il faut savoir que la concurrence était très forte, TV4 diffusant ce même soir – au même horaire – deux épisodes inédits de 'Wallander'. Quoi qu'il en soit, le retentissement médiatique a été énorme ; même les journaux sportifs ont fini par faire des références à Akta Människor !

##### *Combien coûte un épisode ?*

La somme moyenne de 1 000 000 € est avancée.

##### *Quelle est la raison qui a poussé Lars Lundström à ajouter à son rôle de créateur celui de coproducteur ?*

Lars Lundström répond que l'idée lui est venue très naturellement. Il lui semblait normal, compte tenu du temps investi dans le développement de la série, d'en garder la propriété. Henrik Widman ajoute que le statut de coproducteur permet de garder un réel pouvoir dans le processus décisionnel.

##### *La série est à mi-chemin entre plusieurs univers ; celui de la science-fiction, bien évidemment, mais également ceux du thriller, de l'horreur et de la chronique familiale. Ce choix est-il délibéré ? A-t-il été imposé par la chaîne pour « accrocher » les téléspectateurs ?*

Ce choix est délibéré et Lars Lundström y tenait beaucoup. Il a eu envie, dès le départ, de mélanger plusieurs genres (le thriller, la comédie et le drame) tout en étant persuadé qu'il se devait d'insister sur le contenu émotionnel de la série. Le fait de mélanger constamment tous ces univers permet effectivement d'accrocher le spectateur, car il ne sait jamais où la série va l'amener. Tout est possible. Cela étant dit, la case de diffusion de la série étant traditionnellement dévolue à la fiction policière, il a été décidé que la séquence d'ouverture du premier épisode devait être tournée comme un thriller.



## 'THE KILLING' (Danemark), Etude de cas

Intervenant :

Ingolf GABOLD, producteur Eyeworks, ancien directeur de la fiction de DR

Animé par :

François ANGELIER, producteur de l'émission 'Mauvais genres' sur France

Culture, et Benoît LAGANE, producteur délégué de l'émission

'Le Rendez-vous', de Laurent GOUMARRE

### INTERVIEW / MASTERCLASS

Benoît Lagane salue le directeur artistique des deux séries incontournables que sont 'The Killing' et 'Borgen', rappelant qu'il a commencé son parcours dans la musique. Comment opère-t-on une telle transition vers le paysage audiovisuel danois et européen ?

Ingolf Gabold a été influencé par des compositeurs comme Stockhausen, Boulez ou encore Cage, qui ont largement guidé son travail musical. Malgré son rôle déjà significatif, à l'époque, dans la tradition symphonique danoise, il ressentait le besoin de s'adresser à un public encore plus vaste, via la télévision. Bien sûr, il ne nie nullement la force d'expression de la musique, à laquelle il croit très profondément, mais il a souhaité s'orienter vers la fiction TV qui mêle tous les ingrédients pour créer l'émotion : le son, l'image, la lumière, les couleurs, le cadrage, les acteurs, les costumes, les effets spéciaux...

Lui revient en mémoire la scène de 'Vol au-dessus d'un nid de coucou' qui voit Richard Nicholson admis dans l'asile, guidé par une femme inquiétante, sur fond de 5e de Beethoven, la porte – le piège – se referme derrière lui... ; une scène dont la puissance sensorielle est totale ! C'est cette totalité, cette pluralité qui l'ont séduit et lui ont donné envie de faire ce nouveau métier, pour lequel Lars von Trier l'a, à son tour, amplement influencé ; il demeure d'ailleurs, à ce jour, une source d'inspiration majeure pour lui. Pour mémoire, il a travaillé à ses côtés dans les années 90 sur la série 'The Kingdom' ('L'hôpital et ses fantômes'), diffusée sur la chaîne DR1 au début des années 2000, dont Benoît Lagane souligne au passage la politique de programmation davantage orientée « grand public » que sa voisine DR2, plus culturelle et à la cible plus étroite ; deux chaînes en l'occurrence complémentaires, réunies dans une seule et même maison.

François Angelier évoque alors la dimension psychologique très forte des personnages de 'The Killing', ainsi que le traitement particulier de cette série au rythme lent, qui nous permet de pénétrer leur intimité... Ingolf Gabold confirme qu'une série doit être « caractérisée », avoir une spécificité. Cela peut en effet tenir aux personnages ou au tempo de la narration. Plus généralement, il propose d'examiner les clés du succès en matière de séries télévisées.

En tout premier lieu – ce qu'il considère être la condition sine qua non d'une bonne série –, il y a l'auteur. Il est le créateur, le seul détenteur du concept original, c'est lui qui « crée le verbe », le « monde » de la série. Ni le producteur, ni le diffuseur n'ont leur mot à dire sur ce point de départ. Ce qui compte par-dessus tout, c'est ce dialogue intime à instaurer entre un auteur et un public. Le succès de la série dépendra de la capacité à défendre cette « vision unique » de l'auteur.

La force de 'The Killing' réside en l'occurrence dans une idée précise : le meurtre d'une jeune fille va obliger ses proches à se rapprocher. Au-delà de l'intrigue policière, ce sont les « menaces du destin » qui font la puissance émotionnelle de la série. Après 20 épisodes, l'assassin n'a toujours pas été identifié, et le public est toujours là, présent auprès de la famille et des amis de la victime. Il faut dire que Karen Blixen est particulièrement douée pour écrire sur la notion de « destinée » ; elle l'a notamment divinément fait dans son roman 'Out of Africa', adapté, cette fois, au cinéma.

Benoît Lagane questionne ensuite Ingolf Gabold sur l'adaptation de 'The Killing' aux États-Unis, et ce dernier déclare alors que les Américains sont seuls maîtres de ce qu'ils achètent, sur quoi ils apposent toujours leur empreinte. Aussi, on ne peut exiger d'eux quoi que ce soit ; mais il note toutefois que, conformément à son souhait intime, le point focal demeure l'humain dans cette version américaine. Il propose d'ailleurs à l'audience la projection de la scène d'ouverture de l'épisode pilote des deux versions, pour comparaison. La course effrénée et désespérée d'avant le meurtre, puis la découverte du cadavre, et de l'horreur par les parents de la victime font, dans les deux cas, l'objet d'un traitement d'une efficacité et d'une violence intime redoutable, dans des esthétiques visuelles et sonores somme toute comparables.

Plus généralement, Ingolf Gabold indique qu'en matière de vente de droits à l'étranger, et plus particulièrement aux Américains, l'important est de bâtir la confiance. Dans les pourparlers, il faut en effet écouter avec attention ses interlocuteurs, comprendre ce qu'ils aiment et ont envie de faire. C'est sur ce terrain de l'humain que les réelles « bonnes ententes » se bâtissent, non pas contractuellement parlant ; car les termes du contrat sont le plus souvent non-négociables, vu les enjeux financiers sous-jacents. Aussi, la transposition à une autre culture se fera dans de meilleures conditions si l'on a pris le temps de s'écouter mutuellement. Il est vrai en l'occurrence que la représentation de la violence et de la sexualité dans la version originale de 'The Killing' est particulièrement « crue » ; il était donc évident que cela ferait vraisemblablement l'objet d'un « retraitement » pour d'autres pays et publics-cible.

Interrogé plus généralement sur les règles de la coproduction, Ingolf Gabold souligne l'importance de la diversité culturelle, particulièrement forte en Europe. Il faut donc préserver nos ADN respectifs, et les allier pour être plus forts, plus créatifs. Les coproductions doivent être l'expression de ces alliances de cultures. Son message est ici politique : « préservons nos identités pour mieux nous sentir européens, y compris dans le domaine de la fiction télévisée ».

Ingolf Gabold évoque alors la caractéristique particulière des fictions scandinaves qui, au-delà de la « bonne histoire » (the « good story ») s'attachent toujours à parler des rapports humains et des questions sociales. Dans 'Borgen', une série typiquement danoise qui s'intéresse au système politique du pays, l'équilibre est subtil entre ce volet socioculturel propre aux Danois et les questions et aventures humaines parallèles, plus universelles. Et c'est ce qui en fait une série exportable (la série a été récompensée par 4 BAFTA au Royaume-Uni). En effet, toute femme voulant « faire carrière » se reconnaîtra dans le personnage féminin principal, épouse et femme publique à fois. C'est cette « double intrigue », mêlant l'intime et le social, qui capte le téléspectateur, d'où qu'il soit. Là encore, ce ne sont pas tant les anecdotes et rebondissements qui s'exportent, que le « tapis du destin » des personnages. Ingolf Gabold propose alors une illustration de cette double intrigue – qui est de la seule responsabilité de l'auteur – au travers de deux scènes de 'Borgen' (projetées à l'audience) : la première fait apparaître l'épouse, qui demande conseil à son mari sur la tenue qu'elle doit porter



pour son apparition télévisée... Elle a forcé et ne rentre plus dans la robe noire, sobre, qu'elle avait imaginé mettre ; on est dans l'intimité de sa vie privée, conjugale, familiale. La suivante est le plateau télé de l'émission en question – décisive pour sa carrière –, où elle intervient aux côtés de ses principaux concurrents, dans une robe finalement colorée, plutôt inattendue. Son discours est une sorte de diatribe contre la langue de bois en politique, une envolée lyrique en faveur d'une vraie démocratie, transparente, pour l'humain. Et elle joue pleinement de sa féminité et de son humanité pour gagner le cœur des téléspectateurs, ses futurs électeurs.

Au-delà de cet exemple, Ingolf Gabold aime se référer plus globalement au fonctionnement des tragédies grecques. Dans le théâtre antique, la pire cruauté émane toujours de la famille. C'est aussi sur cette réalité ancestrale qu'il aime fonder son travail de producteur de séries télé. C'est un des atouts du succès.

Enfin, il ajoute à tout cela un ultime ingrédient, au parfum plus typiquement scandinave, que l'on retrouve d'ailleurs aussi chez Lars von Trier, i.e. une certaine noirceur, les atmosphères étranges, obscures, au ralenti, comme un automne ou un hiver qui n'en finirait pas... Il cite en effet, et pour conclure, ce poème éloquent, qui résume selon lui le caractère de ces ambiances scandinaves particulières : « janvier, février, mars, avril, mai, juin, juillet, août, septembre, octobre, novembre, novembre, novembre, décembre »...

En partenariat avec 



## LES DISPOSITIFS D'AIDE AU FINANCEMENT POUR LES SÉRIES EN EUROPE

Intervenants :

Jean-Baptiste BABIN, fondateur Back Up Films

Baptiste COELHO, directeur administratif et financier Back Up Media

### DE L'UTILITÉ DE DIVERSIFIER LES SOURCES DE FINANCEMENT

Jean-Baptiste Babin et Baptiste Coelho présentent rapidement leur entreprise Back Up Films, qui n'est ni un producteur, ni un distributeur et qui pourtant, en tant que financeur, participe au monde du cinéma et de la télévision. En effet, leur axe de travail est de rechercher de l'argent pour compléter celui des producteurs, en dehors de leur territoire. Baptiste Coelho, directeur financier, indique qu'ils investissent directement dans la production et qu'ils ont d'ores et déjà financé ainsi sept générations de films français, Jean-Baptiste Babin précise que cela va du film de genre à l'animation, et depuis peu, au monde de la série. En l'occurrence, grâce à leurs 15 fonds d'investissement, ils ont à ce jour participé au financement de 45 séries, essentiellement des séries d'animation, mais pas seulement. Ce développement vers les séries leur semble tout naturel puisque ce mode d'expression a lui aussi besoin de fonds internationaux pour compléter les financements nationaux initiaux.

Jean-Baptiste Babin souligne qu'actuellement, le contexte et la manière de fonctionner changent dans l'industrie du média, et plus précisément dans le financement des séries pour la télévision. En effet, pendant longtemps, un diffuseur passait commande à un producteur, se faisait livrer la série qui n'était pas considérée comme un actif puisqu'il n'y avait pas de valeur résiduelle une fois qu'elle avait été diffusée. Il était donc difficile, voire impossible, de financer ces projets dans une logique d'investissement financier traditionnel. Dans la logique nouvelle de constitution d'actifs et avec la volonté de détendre un peu le lien de dépendance entre le producteur et le diffuseur, tous les autres modes de financement doivent se développer, sur un territoire qui devient, au minimum, européen.

### SOFT MONEY, MARKET MONEY ET HARD MONEY

Baptiste Coelho décline différentes manières de financer un projet, avec d'abord le « soft money », un argent « doux » provenant de fonds qui ne demandent pas de contrepartie, le plus souvent sur la base de subventions. En l'occurrence, les sources sont souvent régionales, avec de très importantes disparités. La tradition allemande est particulièrement importante en la matière, mais ces financements conduisent à quelques « engagements territoriaux ».

À cet égard, sont évoqués le crédit d'impôt, les tax shelter belges et luxembourgeois, ou encore les financements du CNC, organe de tutelle particulièrement dynamique, même s'il risque de voir certaines de ses pratiques remises en cause par l'Europe...

Les solutions de coproduction sont également évoquées dans ce cadre, sachant qu'il y a, là encore, toujours des contreparties qui, si elles ne sont pas financières, peuvent être contraignantes d'un point de vue artistique ou même d'organisation. Comme disent les Anglais, « rien n'est gratuit », et il est important de bien mesurer le rapport contraintes/avantages avant de s'engager dans une coproduction qui se complexifie d'ailleurs plus que marginalement lorsque les partenaires se multiplient.

Ces dispositifs (Sofica, Tapa, etc.) existent en général depuis longtemps, les producteurs les connaissent bien, mais rien ne garantit

plus ni leur longévité, ni leur générosité tant la conjoncture pousse les différents Etats à chercher des économies, et notamment à réduire les « niches fiscales ». Il est donc important de trouver comment compléter ce « soft money ».

Or, au-delà du « soft money », il y a le « market money ». Cet argent vient des marchés et va permettre de financer des actifs produits dans une « logique de marché ». Cela intervient généralement après la première partie de financement « soft », et après que le producteur a déjà collecté les éventuelles aides locales. Ainsi, ces aides qui ouvrent parfois le droit à l'octroi de l'aide à la diffusion, se déploient en général sur de petits territoires avec des chiffres d'affaires de 150 à 200 K€ et laissent libre le champ de la recherche de financements sur des territoires plus larges.

Vient alors le « hard money », qui regroupe tous les autres apports possibles, et notamment les investissements des fonds. Les investisseurs acquièrent alors des droits de diffusion, investissent sur les revenus futurs estimés, prennent des risques, et prennent d'ailleurs souvent celui de financer le « développement ».

Jean-Baptiste Babin indique que c'est plus particulièrement dans ce cadre que sont recherchées des séries qui auraient un potentiel commercial à l'étranger, pouvant venir soutenir l'aventure domestique. Il ajoute qu'il peut alors être utile de distinguer la commercialisation d'un projet et la bonne utilisation d'un portefeuille. Baptiste Coelho précise qu'ils voient de nombreux producteurs venir leur présenter des projets tant il est important de disposer de financements diversifiés, notamment pour des projets ambitieux que sont en général les séries. C'est au cœur de cette analyse qu'est évoquée une des spécificités du secteur audiovisuel, dont le financement n'est pas facilité par la grande asymétrie entre le gain et la perte. En effet, si un succès peut rapidement rapporter 120 à 130 % de gains, l'échec peut souvent conduire à ce qu'il n'y ait aucun revenu du tout. Il y a donc là une forme de « condamnation à réussir ». Un « amortisseur de rentabilité » est alors utilisé pour conduire ceux qui ont les moyens à accepter de financer ce type d'industrie en jouant sur des dispositifs de réduction d'impôt – qui ne vivront peut-être plus longtemps.

### CHANGER DE LOGIQUE, UN ENJEU POUR QUE LE MONDE DE LA FINANCE PUISSE PARTICIPER D'AVANTAGE À L'INDUSTRIE DES MÉDIAS

Quelques exemples de séries qui ont réussi à passer dans cette « logique d'actifs » sont donnés ; le monde de la finance aura ainsi pu contribuer à les financer.

Jean-Baptiste Babin et Baptiste Coelho estiment qu'il est en effet possible, non seulement de lever des fonds et de les investir dans le monde des médias, mais également d'attirer le private equity vers de l'audiovisuel. 90 % des fonds qu'ils ont aujourd'hui – souvent nourris grâce à des dispositifs de réduction ou de crédit d'impôt – sont réinvestis dans le cinéma, et plus largement dans l'audiovisuel.

EIS Entreprise à Londres, ou encore AIE en Espagne sont cités en exemple comme des instruments financiers qui peuvent être mobilisés, le premier étant un super Sofica qui peut être poussé jusqu'à 10 millions



de livres par foyer fiscal, le second ayant fait une apparition furtive, souvent attaqué comme un produit de trésorerie pour les sociétés. Il a été mis à mal par la faillite des banques espagnoles. L'attention est attirée sur une forme de mauvaise réputation due à quelques catastrophes financières, mais aussi plus profondément à une culture qui n'est pas tout à fait à la transparence... Ainsi, le travail de conviction à faire face aux investisseurs n'est pas mince.

Si besoin était, il est rappelé qu'aujourd'hui, le Luxembourg est un véritable eldorado, puisque tourner au Luxembourg permet que, dès que la moitié du budget est financée, un tiers du budget soit garanti.

### POUR DÉCIDER DU COÛT ACCEPTABLE DE L'ARGENT : MESURER LE NIVEAU DE RISQUE DU PARTENAIRE FINANCIER !

Baptiste Coelho insiste sur la nécessité de diversifier les sources de financement et sur l'importance de choisir, pour celui qui accompagne le producteur, entre les modes de financement. Le choix se fait sur deux échelles, celle du risque, étape par étape, et celle du coût de l'argent. Jean-Baptiste Babin propose en effet que les producteurs apprennent à prendre en compte le degré de risque porté par le partenaire financier. Tout en bas de l'échelle, celui qui prend le moins de risques est celui qui apporte de la trésorerie. Cela se fait en France dans le cadre d'une contre-garantie ou alors en escomptant l'investissement auprès de sociétés solides, avec une garantie d'État. Les conditions sont donc relativement confortables, et en tout cas plus confortables que pour quelqu'un qui prendrait un risque sur l'export. Ce dernier, misant sur un « potentiel », ne pourra compter que sur les ressources de l'entreprise. Au centre de l'échelle, on trouve des prêts avec un recours limité sur les recettes du film, et les coproductions financières avec, là encore, des prises de risque modulées entre le court terme et le moyen terme.

Évidemment, s'il y avait un cocktail parfait entre le soft, le market et le hard money, cela se saurait. Il faut donc, pour chaque projet, articuler les trois grandes familles de financement et jouer à la fois sur le potentiel commercial, et la possibilité d'étendre les projets sur plusieurs territoires. Interrogé par la salle, les financiers indiquent se rémunérer non seulement au moment de la levée de fonds, mais également sur la gestion du fonds, avec une rémunération forfaitaire, en l'occurrence la plus faible du marché. Ce sont donc les fonds eux-mêmes qui les rémunèrent et les fonds qui prennent le risque total de leurs investissements. Dans le métier de « packager », le métier d'accompagnateur, la rémunération se fait sur une prestation forfaitaire ou par le biais de commissions. C'est au client de choisir sachant que Back up Films n'est jamais en concurrence avec ses clients et donc avec les producteurs. Les commissions sur l'argent levé sont d'environ 10 %, des commissions sur la prévente pouvant aller jusqu'à 15 %.

Interrogé sur l'existence d'éventuels critères artistiques dans le choix des projets auxquels ils participent, Jean-Baptiste Babin et Baptiste Coelho confirment enfin qu'un des associés est aussi « directeur artistique » et qu'il regarde chaque année environ 800 projets. Ils fondent leur indépendance sur ses critères. Évidemment, la cohérence éditoriale n'est pas toujours parfaite, notamment parce qu'il faut également

satisfaire une certaine logique de volume, mais tous les fonds sont administrés par un comité indépendant – comprenant toujours un membre actionnaire de la Sofica –, et chacun a sa « personnalité » propre.

En partenariat avec





## LA COMPOSITION ORIGINALE DE MUSIQUE DE SÉRIES TV,

Intervenants :

Christophe JULIEN, compositeur, 'Kaboul Kitchen'  
Allan MAUDUIT, réalisateur, 'Kaboul Kitchen'  
Hervé HADMAR, scénariste et réalisateur, 'Pigalle la nuit'  
Eric DEMARSAN, compositeur, 'Pigalle la nuit'  
Christine DE BOURBON-BUSSET, productrice, 'Pigalle la Nuit'  
Uno HELMERSSON, Patrick ANDRÉN, Johan SÖDERQVIST,  
compositeurs, 'The Bridge'

Animé par :

Nicolas JORELLE, compositeur

En préambule, un remerciement tout particulier est adressé à la SACEM, partenaire de Série Series.

### LA MUSIQUE DES SÉRIES SERAIT-ELLE UN GENRE PARTICULIER ?

Allan Mauduit estime qu'il y a une attente très particulière en matière de musique pour les séries. D'abord parce qu'en général, pour une série, le volume de musique nécessaire est très important. Il sera donc utile d'avoir fait des choix clairs et reconnaissables. Pour une série comme 'Kaboul Kitchen', il a voulu une musique rock'n'roll pour une série rock'n'roll, à la fois en matière d'écriture et de musique. À cela s'est ajoutée une volonté de définir des couleurs en tentant d'en associer une à chaque personnage, mais cela vole souvent en éclats. Enfin, une fois un premier trésor musical constitué, c'est au montage que l'on piochera dans le vivier de cette musique, et plus le compositeur en aura fourni, plus les choix pourront être justes, surprenants, pertinents.

Il est évidemment rappelé qu'il y a beaucoup moins de temps pour travailler sur une musique dans une série que sur un long métrage et qu'il est important qu'il puisse y avoir un stock dans lequel on peut puiser au fur et à mesure du montage.

Hervé Hadmar confirme que le travail sur la musique d'une série est très différent d'un travail fait sur un long-métrage, même s'il s'agit toujours, par la musique, d'exprimer ce que sont les personnages et les émotions qui éclosent au plus profond d'eux-mêmes. La musique dit ces émotions qui ne passent pas par le dialogue. Pourtant, fondamentalement, le travail de composition n'est pas différent pour une série ou pour le cinéma ; il n'y a en tout cas pas moins d'exigences.

Le peu de temps qui peut être laissé au compositeur pour composer est d'ailleurs plutôt un facteur d'exigence supplémentaire qui milite pour un travail préparatoire très approfondi.

Nicolas Jorelle insiste sur le fait qu'il est important – plus particulièrement encore quand on compose pour une série – de travailler les thèmes et un ton que l'on retrouvera régulièrement et qui contribueront à créer de l'attachement.

Eric Demarsan précise que Hervé Hadmar est de ces réalisateurs qui n'aiment pas trop les mélodies, ce que Hervé confirme : il s'en méfie. Avec humour, Eric dévoile s'arranger pour la camoufler dans l'orchestration. Hervé Hadmar précise toutefois qu'il peut être utile de disposer de quelques secondes de musique liées à telle ou telle émotion, de quelques thèmes et d'en disposer avant même de tourner. Ainsi, la musique participe réellement de l'écriture.

Christophe Julien raconte comment, pour aller dans le sens de l'histoire, il a découvert la musique afghane, acheté quelques instruments traditionnels, comment il s'est essayé à les intégrer dans un esprit rock'n'roll et comment il a finalement fourni une heure de musique avant le tournage, qu'il a enrichie ensuite, après les réactions, sur le

montage. Le fait de tourner en général plusieurs épisodes en même temps contribue également à militer pour un mode de fonctionnement avec une banque de musique, composée au préalable, dans laquelle le réalisateur pourra piocher au fur et à mesure.

Et puis, ce qui vaut pour tous les éléments d'une série vaut également pour la musique. Les questions de budget font qu'on est très souvent « sur le fil ». Hervé Hadmar précise ainsi que pour 'Pigalle', la musique a été écrite puis enregistrée avec un orchestre symphonique qu'il n'était pas question de mobiliser une deuxième fois. L'équipe est donc rentrée de Sofia avec 90 minutes de musique définitive. Ceci n'a pas empêché de démultiplier ce « stock » en utilisant notamment des pistes de manière sélective et en jouant ensuite sur le mixage ; les variations sont ainsi infinies. À titre d'exemple, Éric Demarsan indique que sur une heure d'enregistrement propre, il a finalement obtenu près de quatre heures de musique en choisissant de retenir parfois l'orchestre dans son entier, parfois uniquement les cordes, en insistant parfois davantage sur les contrebasses et en retravaillant cela au mixage. Hervé Hadmar précise qu'il a évidemment beaucoup de chance que le compositeur le laisse ainsi « triturer » sa musique !

Il n'est pas non plus inutile d'exploiter toutes les compétences de ceux qui participent à une série. Ainsi, quand un des comédiens de la série est un grand jazzman, il n'a pas été oublié de lui proposer de jouer un peu de saxophone et d'improviser autour des « thèmes » proposés spécifiquement pour la série.

Les avancées technologiques sont également évoquées parce qu'aujourd'hui, différents types d'enregistrement peuvent contribuer à une même bande-son, et il peut arriver à certains de réaliser un excellent titre à l'aide de leur seul téléphone. D'autres évoquent ces logiciels permettant de jouer avec ce qui est enregistré, et par exemple de faire en sorte qu'étirée, une seconde de musique dure potentiellement des siècles.

Christophe Julien ajoute que finalement, ce n'est pas tant le format qui influence le travail sur la musique, mais bien le genre. En effet, la musique d'une comédie ne sera pas la même que celle conçue pour un thriller, la musique venant souvent en contrepoint de l'histoire.

### LE COMPOSITEUR, UN HOMME SEUL OU LE MEMBRE D'UNE ÉQUIPE ?

Uno Helmersson, Patrick Andrén et Johan Söderqvist sont, à eux trois, une curiosité, car si la composition peut communément sembler une action particulièrement solitaire, ils travaillent ensemble, et signent ensemble leur musique. En l'occurrence, on leur doit l'univers musical de la série scandinave 'The Bridge'. À s'interroger sur cette alchimie qui leur permet ce travail commun, ils indiquent qu'ils avaient d'abord eu le temps de bien se connaître, ayant déjà travaillé les uns avec les autres à plusieurs reprises ; Uno Helmersson et Patrick Andrén étant les assistants de Johan Söderqvist. Ils ont depuis trouvé une symbiose qui fait qu'aujourd'hui, quand ils écoutent leur musique, il leur est souvent bien difficile de savoir qui est responsable de quoi. Le travail commun quotidien contribue évidemment également à ce que l'unité nécessaire entre les compositeurs se tisse.



Ils ont composé la musique de 'The Bridge', et disent avoir très facilement trouvé comment organiser leurs forces et leurs faiblesses. L'un s'est plus spécifiquement consacré aux percussions, l'autre à la guitare et le troisième à donner des impulsions génériques. La réalisatrice de la série avait de plus des idées très claires sur le type de musique qu'elle voulait : le pont dans la série ressemble à une croix, il est un entre-deux étrange et la musique à la fois transversale et transcendante, un peu surprenante, bizarre, dérangeante, devait lui ressembler. Un principe simple a ainsi été retenu : « si tu avais l'habitude de faire comme ça, fait donc, cette fois-ci, exactement le contraire ». Ainsi, la musique acoustique a été conçue comme une musique électrique et inversement la musique électronique a été traitée pour qu'elle vive comme de la musique acoustique. Il leur semble qu'ils ont trouvé de ce fait un espace d'expression intéressant qui contribue à nourrir l'ambiance et la personnalité de la série.

Nicolas Jorelle souhaitant savoir s'ils sont également les auteurs de la chanson du générique de la série, Johan Söderqvist répond que non, mais qu'il a recommandé qu'elle soit achetée et il est très fier d'avoir convaincu les producteurs de l'utiliser. Cette chanson installe l'ambiance qui peut ensuite être enrichie et détournée par toute la musique étrange qu'ils y ajoutent.

### MUSIQUE ADDITIONNELLE ET BANDE-SON : LA MUSIQUE ET LE MARCHÉ

Nicolas Jorelle aborde la question de la musique additionnelle qu'on ajoute aux séries. Pourquoi acheter parfois de la musique toute faite ? Hervé Hadmar se dit fan de musique et raconte comment, avant de commencer à écrire, il passe d'abord un temps fou dans sa discothèque, imaginant une direction artistique musicale. Il s'accompagne ainsi souvent de groupes un peu obscurs et convient que de ce fait, souhaitant utiliser leur musique dans la série, il n'a pas simplifié le travail à la production pour qui retrouver les droits n'a pas toujours été facile.

Christine de Bourbon-Busset confirme que le travail sur les droits est parfois particulièrement long et qu'il est bon de prévoir, dès le départ, une certaine enveloppe financière, notamment quand il y a des scènes de boîtes de nuit ou la musique d'ambiance est importante.

Pour Allan Mauduit, un travail de coordination et de supervision musicale s'impose afin de donner une homogénéité à la bande-son. Il s'agit évidemment d'une discussion artistique, et pas uniquement d'une question d'achats de droits.

Johan Söderqvist ajoute que les questions financières n'ont pas que des mauvais côtés et que les restrictions budgétaires font qu'il faut parfois être particulièrement malin. Cela pousse alors à redécouvrir des choses peu connues, et notamment les « faces B » d'un groupe auquel on avait initialement pensé. Cette inventivité forcée pousse également à travailler avec des artistes qui sont parfois peut-être un peu injustement oubliés ou avec des artistes qu'il est urgent de découvrir.

Enfin, si ces occasions de dialogue et de choix sont fréquentes, il apparaît tout de même que quand un metteur en scène a une musique en tête, il est très difficile de le faire changer d'avis...

Des questions étant posées sur la vie de la bande-son d'une série,

certaines regrettant de ne pouvoir en disposer en CD comme cela s'est longtemps fait pour la musique de film, Hervé Hadmar rappelle que l'industrie de la musique ne se porte pas bien actuellement et qu'en effet, il faut parfois attendre longtemps, et être très actif, pour que la musique d'une série puisse être disponible à l'achat, indépendamment de cette série. En l'occurrence, pour 'Pigalle', les CD ont finalement été créés « à la maison ».

Allan Mauduit ajoute qu'il n'est en effet pas simple de convaincre une maison de disques de sortir un CD et qu'il faut alors construire le « produit » bande-son. En l'occurrence, il a eu envie de mélanger des chansons choisies avec la partition de la série et a eu la chance que Sony accepte de publier cette BO.

Éric Demarsan confirme également qu'il n'y a plus beaucoup de CD de BO, mais constate personnellement la relève prise par certains petits labels qui relaient les musiques sur des disques et sur Internet, ce qui permet à la musique d'avoir une vie hors de la série. Il a même fait récemment l'expérience que soit enfin sortie une bande originale qui a désormais plus de 20 ans et qui n'avait jamais été mise sur le marché auparavant.

### LA MUSIQUE, UN PERSONNAGE À PART ENTIÈRE DANS LES SÉRIES ?

L'écoute de différents passages de série et de leur musique est l'occasion de montrer que dans les séries, la musique a un rôle particulièrement important à jouer : elle crée l'habitude, un sentiment d'appartenance, elle peut aussi avoir pour fonction de relier tous les personnages entre eux. Hervé Hadmar montre comment, dans 'Pigalle', les personnages sont pris dans une forme de toile d'araignée et comment la musique, par son abstraction, permet d'entrer dans la tête des personnages sans qu'il y ait besoin de paroles. Éric Demarsan précise qu'au commencement du travail sur la bande-son de cette série, il avait écrit quatre thèmes musicaux, un pour chacun des personnages principaux de la série et puis, petit à petit, ils se sont fondus les uns dans les autres pour finalement ne plus former qu'un seul thème enchevêtré. Il lui semble qu'il s'agit là peut-être d'un des autres avantages d'avoir fonctionné avec une bibliothèque musicale, car s'il avait « écrit à l'image », il n'aurait peut-être pas réussi cette symbiose.

Allan Mauduit insiste lui aussi sur l'intérêt de cette méthode de travail, une approche fructueuse qui donne finalement davantage de liberté aux compositeurs, au départ de la démarche tout du moins.

Enfin, la conclusion est partagée par tous : évidemment, la musique participe pleinement à la signature d'une série !

En partenariat avec sacem



## SAMEDI 7 JUILLET

‘LILYHAMMER’, (Norvège – NRK)

Etude de cas

Intervenants :

Anne BJØRNSTAD et Elif SKODVIN, créateurs, auteurs et scénaristes  
Tone C. RØNNING, responsable de la fiction, NRK  
Steven VAN ZANDT, musicien, comédien, producteur exécutif Lilyhammer  
Animé par :  
Jean-Marc AUCLAIR, scénariste

La série ‘Lilyhammer’ – qui a enthousiasmé tous ceux qui ont eu la chance d’assister à la projection du premier épisode – est devenue en Norvège un véritable phénomène. Diffusé le mercredi soir sur la chaîne norvégienne NRK1, le premier épisode a séduit plus de 3 millions de téléspectateurs (soit 57 % des parts de marché), battant ainsi tous les records. Tone C. Rønning précise, à titre d’exemple, que les parts de marché de la chaîne sont traditionnellement estimées à 35 %. ‘Lilyhammer’ est devenue, par ailleurs, la série préférée des jeunes de 12 à 29 ans, la tranche d’âge la plus difficile à séduire. La première saison comporte huit épisodes qui ont été diffusés à raison d’un épisode par semaine. Des rediffusions ont été programmées sur les chaînes NRK2 et NRK3. Les habitudes des téléspectateurs ont profondément changé en Norvège et la série a rencontré également un très grand succès sur Internet. Il est estimé que le premier épisode a été suivi par 2,5 millions d’internautes. Le phénomène est tel que le premier ministre n’a pas hésité à twitter ses impressions sur la série. Le sujet de la série – les mésaventures d’un mafieux new-yorkais en Norvège – est venu à Anne Bjørnstad et Eilif Skodvin dès 2004... L’idée leur a semblé pendant longtemps trop saugrenue, jusqu’à qu’ils fassent la rencontre de Tone C. Rønning et Steven Van Zandt. Ils ont présenté un pitch en 2009 à Tone C. Rønning qui, emballée par cette histoire et pressentant le succès du projet, leur a fait signer une lettre d’engagement, et cela, bien avant d’avoir la certitude que Steven Van Zandt ferait réellement partie de l’aventure. Bien évidemment, le choix de présenter ce projet à l’ancien acteur des ‘Sopranos’ s’est rapidement imposé comme une évidence. Il existe peu d’acteurs dans le monde qui sont capables de jouer un mafieux et qui connaissent la Norvège. Steven Van Zandt a effectivement eu souvent l’occasion de se rendre dans les pays scandinaves.

C’est pendant une de ses tournées en 1982 qu’il a mis les pieds sur la première fois sur le sol norvégien ; un pays dont il est tombé amoureux. Anne Bjørnstad et Eilif Skodvin l’ont approché alors qu’il était en tournée avec Bruce Springsteen et leur projet l’a immédiatement séduit. Très rapidement, il leur a fait savoir qu’il souhaitait participer au processus d’écriture. Pour cela, Anne Bjørnstad et Eilif Skodvin se sont rendus à New York pour commencer le travail d’écriture. Steven Van Zandt rappelle que les auteurs sont par nature égocentriques et le plus grand challenge était de créer une relation de confiance et une véritable collaboration. Cette première rencontre a permis de dissiper leurs craintes respectives et l’écriture des huit premiers épisodes s’est échelonnée sur un an et demi.

Tone C. Rønning a également collaboré à l’écriture de la série, envoyant régulièrement des notes ou des remarques, mais tout en veillant à ne pas imposer des limites à la liberté des auteurs ; sachant que la majorité des débats a porté sur le degré de violence de la série... Sur ce point, Steven Van Zandt rappelle que si la Norvège n’a aucun problème, a priori, avec le sexe et la nudité – ce qu’il juge très sain –, la violence est beaucoup moins bien acceptée. « Pour les Américains, c’est le contraire ». C’est d’ailleurs cette différence culturelle qui a incité Steven Van Zandt à ne pas s’adresser à des diffuseurs américains traditionnels. ‘Lilyhammer’ est, à ce titre, la première production du géant américain

de la VOD : Netflix.

Toutefois, Steven Van Zandt a rapidement pressenti que ‘Lilyhammer’ pouvait séduire les publics américains et norvégiens. Mais pour cela, il était convaincu que les particularités et les singularités des deux pays devaient être respectées. Il a appris de David Chase que « plus vous êtes singulier, plus vous êtes universel ». En d’autres mots, la série devait être « la plus norvégienne possible ». D’ailleurs, l’engouement des coproducteurs américains pour la série a été tel qu’ils ont décidé, pour la diffusion aux États-Unis – et c’est un cas unique –, de ne pas doubler les dialogues norvégiens en anglais, afin de conserver l’originalité du concept. Steven Van Zandt salue le courage de Tone C. Rønning qui a soutenu un projet dans lequel l’acteur principal ne parlait pas la langue du pays dans lequel se déroulait la série. Interrogé sur la réalisation, Eilif Skodvin indique que trois réalisateurs ont travaillé sur ‘Lilyhammer’. Ils n’ont pas été impliqués dans le développement de la série. Il a été décidé, en amont et pour des raisons scénaristiques, de commencer le tournage en hiver. Un des hivers les plus froids de l’histoire de la Norvège, tient à préciser Steven Van Zandt ! Bien évidemment, les productions évitent de tourner à cette période de l’année, les journées tant trop courtes. La réglementation étant très stricte en Norvège, le tournage a été limité à cinq jours par semaine et huit heures par jour. Ce fut une des premières surprises pour Steven Van Zandt qui, avec les ‘Sopranos’, était habitué à des journées de travail de 10, voire 15 heures. En tant qu’acteur, il était ravi. En tant que producteur, il était paniqué !

Jean-Marc Auclair souhaite savoir si la seconde saison est en cours d’écriture. Anne Bjørnstad confirme la réalisation d’une seconde saison, mais précise que le travail d’écriture n’a pas, pour des raisons essentiellement logistiques, démarré. Le dernier épisode de la première saison a été diffusé en mars dernier en Norvège. Compte tenu des retards accumulés, il sera impossible de diffuser la seconde saison sur la même période en 2013. Eilif Skodvin indique que contrairement aux chaînes commerciales où les différentes saisons d’une série sont diffusées avec régularité, il n’est pas rare pour NRK1 de diffuser les saisons d’une série à plus d’un an d’intervalle. De même, le modèle de Netflix veut qu’ils ne diffusent pas la série épisode par épisode, mais offrent l’intégralité de la saison sur leur réseau. Ce mode de diffusion constitue l’avenir pour Steven Van Zandt qui rappelle que beaucoup de personnes préfèrent regarder l’intégralité d’une série en un week-end plutôt que d’attendre chaque semaine la diffusion d’un nouvel épisode. Tone C. Rønning ajoute, à ce sujet, que 41 % des personnes enregistrent les épisodes des séries pour les regarder quand bon leur semble. C’est pourquoi NRK1 ambitionne d’offrir aux téléspectateurs « ce qu’ils veulent, où ils veulent et quand ils le veulent ».

En conclusion, et avant de passer la parole à la salle, Jean-Marc Auclair indique que ‘Lilyhammer’ sera diffusée sur Arte en 2013.



### QUESTIONS DE LA SALLE

**Combien coûte un épisode ?**

Tone C. Rønning refuse de répondre à cette question.

**Quelles sont les durées de tournage ?**

Il faut compter environ 10 jours de tournage par épisode, ce qui est très court. Steven Van Zandt admet que cette première saison était sous-budgétée. Les créateurs ont été probablement trop ambitieux et des ajustements ont dû être faits tous les jours. La préparation avant le tournage a été trop courte et pas assez d’attention a été accordée à la pré-production. Eilif Skodvin tient à signaler que Netflix a été impliqué – financièrement – très tardivement dans le projet et que le tournage a donc démarré avec un budget pour le moins réduit. Tone C. Rønning est toutefois confiante quant au fait que le budget de la seconde saison sera davantage en ligne avec les ambitions des équipes. En conclusion, Steven Van Zandt insiste sur le fait que la Norvège n’est pas une société matérialiste ; ce qui est très choquant pour un Américain. Ceci explique pourquoi le budget de la série ne sera pas dévoilé aujourd’hui. Les Norvégiens pensent en termes de collaboration plutôt qu’en termes financiers. C’est pour cette raison que le scénario de ‘Lilyhammer’ est si efficace. La série raconte les mésaventures d’un mafieux égocentrique qui est parachuté dans une société où l’idée de communauté prend tout son sens.

•



## 'INQUISITIO' (France 2 – France) Etude de cas

Intervenants :

Nicolas CUCHE, réalisateur  
Vladislav GALARD et Lula COTTON, comédiens

Animé par :

Philippe NIANG, réalisateur

### UNE SÉRIE D'ÉPOQUE RÉSOLEMENT MODERNE

C'est tout d'abord l'étonnement qui s'exprime face à la programmation d'une série aussi originale et potentiellement controversée dans le cadre de la « saga de l'été ». Est-ce le choix du diffuseur ? Nicolas Cuhe le confirme.

C'est également l'occasion de rappeler – et pour certains de regretter – que chez France Télévisions, les responsables de fiction se succèdent à un rythme beaucoup plus rapide que les quatre années qui se sont écoulées entre la première rencontre des créateurs avec la chaîne et la première diffusion de ce début d'été. En l'occurrence, entre le premier directeur de la fiction – celui qui a dit oui sur l'idée – et l'aboutissement du projet, ils ont été trois.

Et le choix de la période au cours de laquelle se déroule l'histoire, ce moment de schisme de la papauté... Comment a-t-il été fait ?

Pour Nicolas Cuhe, il s'agissait de s'inscrire dans une forme de modernité, dans un moment où le monde était complexe et trouble. L'expliquer plus précisément serait difficile, car il s'agit surtout de suivre un désir qui a grandi en lui suffisamment pour qu'il y consacre plusieurs années de sa vie. L'envie de travailler sur une histoire dont le héros serait un inquisiteur, c'est Nicolas Cuhe qui l'a apportée au producteur qui l'a ensuite proposée à la chaîne et à un directeur de fiction qui a permis que soit lancée l'aventure.

Mais prendre l'histoire à témoin, notamment dans une époque où les papes sont trousseurs, n'était-ce pas une garantie d'exciter inévitablement les polémiques ?

Nicolas Cuhe précise qu'il s'agit d'une fiction. En l'occurrence, il a été reçu partout pour parler de ce film et par exemple a été interviewé par Radio-Notre-Dame ou par Le Pèlerin qui ont compris la nature profonde du projet même si, en effet, à la diffusion, il est apparu que le film blessait une certaine frange catholique intégriste. Le propos n'est évidemment pas de faire une charge contre l'église, il ne s'agit pas non plus de faire « livre d'histoire ». C'est simplement dans la tradition des téléfilms d'époque qu'il a installé un personnage dans un moment de l'histoire. Peut-être n'a-t-il toutefois pas été suffisamment vigilant, et pas suffisamment mesuré toute l'importance de l'évocation de Catherine de Sienne...

Philippe Niang rebondit alors sur cette notion de « film d'époque », car les personnages s'expriment de manière très moderne, parlent comme aujourd'hui, et on a l'impression que le film est largement inspiré du rythme des jeux vidéo...

Nicolas Cuhe confirme qu'il n'était pas question de se laisser aller à utiliser un langage faussement châtié et faussement d'époque. Son histoire se déroule avec des personnages qui parlent comme aujourd'hui, de façon directe. Le fait que l'histoire se déroule au Moyen-âge, et non pas au cours d'une époque plus « éduquée » comme l'a été par exemple la Renaissance, contribue – lui semble-t-il – à rendre cela plus naturellement crédible.

### UN TRAVAIL D'ACTEUR ÉPOUSTOUFLANT, INVENTIF ET INSCRIT DANS LA DURÉE

Philippe Niang se tourne vers les comédiens, l'une toute jeune, l'autre qui a joué avec un bandeau sur l'œil et demande si cela était difficile et s'il y a des éléments spécifiques quand on joue dans une série qui se déroule en plusieurs épisodes.

Vladislav Galard répond qu'il a eu le temps de réfléchir au personnage depuis le moment du casting en septembre 2010 et tout au long de nombreuses séances d'essais. Il est ainsi passé du simple désir de jouer ce rôle à une sensation qu'il « devait » le jouer, un cheminement – qui lui semble d'ailleurs toujours indispensable pour pouvoir bien jouer – entre la rencontre théorique avec le personnage et ce moment où il entre à l'intérieur de soi. Ce travail a été conduit pendant de nombreux mois avant de commencer. C'est ce qui alimente à la fois l'intériorité du personnage et le souffle de l'action, en l'occurrence particulièrement nécessaire dans cette série.

Interrogé sur la manière dont il a conduit le casting, Nicolas Cuhe répond ensuite qu'il a été particulièrement difficile de faire comprendre à tous son intuition profonde qu'il ne s'agissait pas, dans cette série, d'articuler les propos autour d'un inquisiteur qui serait uniquement et profondément méchant. Le quiproquo était réel, et il s'est presque secrètement battu pour pouvoir choisir un acteur qui saurait incarner ce héros pour lequel il a finalement une folle tendresse. De plus, le projet était important et la pression forte pour choisir quelqu'un qui incarnerait « évidemment » un héros.

Quant à la toute jeune héroïne, il a également été difficile d'expliquer qu'il s'agissait là d'un personnage fort. Au départ, les tentations ont été de choisir une actrice plus âgée. Mais l'histoire ne permettait pas qu'elle ne soit pas très jeune, ne serait-ce que pour éviter une impression d'« incestuosité » entre les personnages. Il a donc fallu être clair avec la production : il fallait une actrice qui ait 12 ans... « Et puis j'ai vu Lula, et c'était une évidence » !

Lula Cotton avait déjà tourné de petits rôles, mais jamais aussi longtemps. Elle raconte comment il a fallu adapter son rythme de travail et son rythme scolaire. 15 jours à l'école, puis pendant 15 jours, les professeurs lui enseignaient à la maison. Et puis, nous dit-elle, même si c'était parfois fatigant, on tenait le coup car c'était passionnant et que de toute façon, il fallait avancer, car il n'y avait pas trop de temps pour tourner chacun des épisodes !

Au quotidien, sur le plateau, le temps a ensuite été pris pour discuter de chaque séquence à venir ; les uns ou les autres pouvant parfois suggérer quelques modifications, notamment en termes de langage. En la matière, le travail n'a d'ailleurs pas été tout à fait le même avec Vladislav Galard qui joue un personnage plus traditionnel, qui cherche à maintenir l'ordre et un monde plus ancien et qui s'exprime ainsi dans un langage plus soutenu que, par exemple, le personnage d'Aurélien Wiik, plus naturel, davantage tourné vers l'avenir.

Interrogé sur son envie de tourner éventuellement une nouvelle fois un film historique, Nicolas Cuhe répond par l'affirmative, même s'il aime varier les genres. Il a apprécié tout particulièrement cette alchimie qui fait que sur le plateau, on a l'impression de traverser le petit pont de

l'histoire et, comme un enfant, d'être définitivement dans le ludique. Il y a là un vrai plaisir et un défi particulier, puisqu'il faut recréer tout un univers.

### UNE SÉRIE « CINÉMATOGRAPHIQUE »

Philippe Niang souligne l'excellente facture visuelle de cette série, son originalité à cet égard, d'autant que cela manque souvent à la télévision et qu'il s'agit là peut-être d'une histoire qui serait presque « cinématographique ». Le recours aux effets spéciaux est par exemple impressionnant...

Nicolas Cuhe précise qu'il n'avait encore jamais tourné de film d'époque, l'apprentissage a été total en la matière. Il est ainsi arrivé vierge de tout a priori par rapport à ce travail et a en effet apporté un soin tout particulier au travail artistique et visuel. C'est l'occasion d'affirmer qu'il estime cela indispensable quand on travaille sur une série. Mais la difficulté est réelle, ne serait-ce que financièrement, car les budgets sont au moins quatre ou cinq fois inférieurs à ce qui s'investit traditionnellement dans un film pour le cinéma. Avec 11 jours pour tourner un épisode « il faut être malin », et choisir judicieusement là où l'on investit davantage pour donner aux spectateurs ce qu'il attend, mais aussi ce qui le surprendra. Il ajoute que son projet de créer des univers qui dépassent et qui transcendent le réel, travaillant sur de la pure fiction, appelle évidemment une attention toute particulière à cet engagement visuel.

La bande-son a également été particulièrement travaillée et a soutenu son projet, non seulement au moment de l'écriture – « j'écrivais souvent en écoutant un certain groupe, ce qui explique vraisemblablement la place importante faite à la guitare électrique... » –, mais également ensuite, pour rythmer l'histoire et souligner la modernité du projet. Il ajoute qu'il a travaillé longuement en amont sur la bande-son, échangeant des maquettes, des musiques de genre, demandant au compositeur de lui fournir de la matière afin de l'aider à entrer dans l'univers, de donner un ton, dès la conception. Là aussi, il a fallu prendre en compte le fait que les moyens étaient restreints, car si cela n'avait pas été le cas, il aurait vraisemblablement fait appel à un orchestre !

Un des auditeurs insiste ensuite sur les décors, qui sont, dans la série, presque comme un « personnage de plus ». Mais comment tourne-t-on donc dans des décors naturels, en 2012, alors qu'il va falloir, à l'image, que cela « respire » les années 1300 ?

Nicolas Cuhe rappelle que le plus souvent, ces films d'époque sont tournés dans les pays de l'Est, en Tchéquie ou en Roumanie, alors qu'Inquisitio a été tourné entièrement en France. Pour le reste, il est en effet assez complexe de tourner ce type d'histoires dans des décors naturels, d'autant qu'il faut réussir à créer une crédibilité qui ne peut pas être historiquement exacte, non seulement parce que personne ne sait réellement à quoi l'époque ressemblait et que les historiens s'entre-déchirent là-dessus, mais également parce que parfois, ce qu'on sait avoir été la réalité ne nourrirait pas l'imaginaire des téléspectateurs. Ainsi, si la vérité historique peut enrichir la réflexion, elle n'est finalement pas essentielle. Par exemple, alors qu'à l'époque les murs et



les bâtiments, qui venaient d'être construits, étaient propres, il a fait le choix de la patine pour ne pas être en porte-à-faux avec le fantôme général sur une certaine ambiance moyenâgeuse. Il ajoute qu'un certain nombre de choix esthétiques ont été faits dans cet esprit : par exemple, tout au long de la série, les murs ne sont pas éclairés parce que ces pierres blanches ne contribuaient pas à l'ambiance qu'il souhaitait donner à l'histoire. Il a fallu réfléchir, trouver comment filmer dans cet environnement en étant fidèle à l'esprit de la série et finalement, il a pris la décision d'avoir recours à des effets spéciaux de poussière et de fumée, généreusement.

Nicolas Cuhe précise que l'époque choisie est une époque très particulière, autour de laquelle il n'y a que très peu de représentations picturales traditionnelles. À l'époque, on peignait au jaune d'œuf, dans une tradition picturale plutôt plate. Il s'est donc en effet plus particulièrement nourri de certains jeux vidéo, ce qui a non seulement donné davantage de liberté, mais lui a également permis de s'appuyer sur un imaginaire plus contemporain.

### UN TRAVAIL SPÉCIFIQUE SUR LE MODE DE LA SÉRIE ?

Les questions de budget sont évoquées. Sachant que si la série a finalement coûté aux environs de dix millions d'euros pour huit épisodes, Nicolas Cuhe indique qu'il y a eu quelques surprises. Ainsi, puisqu'il s'agit d'un film d'époque, l'intervention de chaque figurant est particulièrement coûteuse puisque tous les détails, les costumes, doivent être fournis et que chacun doit, à tout moment, être maquillé. Pour autant, il y a là aussi un défi intéressant : si les budgets ne sont jamais suffisants, tenter de les optimiser rend parfois particulièrement créatif.

Vladislav Galard a l'impression qu'un des secrets de la réussite d'Inquisitio est que cette série a été traitée, de bout en bout, et par tous les membres de l'équipe, du machiniste, aux acteurs, jusqu'au producteur, comme un film d'auteur. Nicolas Cuhe, qui est à l'origine de l'idée, en est le concepteur, et a poussé le projet jusqu'au bout. C'est finalement le projet d'un homme qui a fédéré tout le monde autour de son énergie et a ainsi coloré de son style tout le tournage.

Philippe Niang lui demandant s'il changerait quelque chose si cette aventure était à recommencer, Nicolas Cuhe imagine qu'il aurait présenté le premier épisode autrement ; il est en effet un peu moins dynamique que les autres, parce qu'il est l'occasion d'installer l'environnement et les personnages et n'a rien d'un pilote immédiatement accrocheur. Aux États-Unis, on sait que tout repose sur le pilote qui est produit avant la série. Il y a donc une obligation d'« accrocher » dès le démarrage de l'histoire. En France, cette obligation n'existe pas ; en général, on ne tourne pas de pilote, et la série est finalement conçue comme un très long film qui durerait sept ou huit heures.

Philippe Niang s'inquiétait alors quant au fait qu'il puisse y avoir une suite de cette série, Nicolas Cuhe estime qu'évidemment, l'histoire peut être poursuivie puisque les personnages sont forts, qu'ils ont désormais été créés et que l'on s'y est attaché. Pour autant, effectivement, lorsqu'il a écrit le scénario, il n'a pas pensé aux 15 éventuelles saisons à venir ! Il ajoute qu'inventer une série est particulièrement agréable, notamment parce qu'on a le temps de l'installation de l'histoire et des ►



personnages, et qu'il lui semble que la série est finalement le titre de noblesse de la télévision. D'ailleurs, les évolutions sont passionnantes, partout dans le monde. La longueur des différentes séries étant évoquée, et notamment le fait qu'il faut au minimum 12 ou 13 épisodes pour que l'histoire s'installe, que la « marque » de la série soit vraiment installée et qu'elle puisse avoir une chance de se développer sur le marché international, Nicolas Cuhe évoque l'idée qu'il faut être vigilant en matière de contrats ; car, notamment avec 'David Nolande', et alors que le succès public était au rendez-vous – la série étant entièrement dans les mains de l'auteur, celui-ci n'ayant pas souhaité continuer à écrire de nouveaux épisodes –, il a fallu s'arrêter ; l'auteur a refusé de poursuivre la licence. Plus généralement cependant, c'est le diffuseur qui ne s'engage pas, la chaîne qui attend de savoir si « ça va marcher ou pas », et il faut vraiment une implication exceptionnelle pour qu'il permette aux équipes de production d'anticiper, d'écrire, et donc de préparer une suite. Si l'on voulait réellement voir émerger une industrie de la série, c'est vraisemblablement tout le système qu'il faudrait revoir. Pour l'instant, en France, le monde de la série est encore au stade de la fabrication semi-artisanale !

#### UN DESTIN INTERNATIONAL ?

L'épisode présenté étant sous-titré en anglais, d'aucuns se demandent si la série est donc déjà vendue à l'international... Nicolas Cuhe précise que c'est dans le cadre du festival *Série Series* que cet épisode a été sous-titré. C'est l'occasion de rappeler qu'il a déjà réalisé d'autres séries, dont 'David Nolande', qui ont été vendues dans près de 30 pays autres que la France, et que cela n'a pas eu de conséquences financières pour lui. Divers intervenants conviennent qu'il y a là un vrai problème, certains suggérant de confier tous les contrats à des avocats afin que ces derniers veillent à ce qu'il y ait bien des retours pour les auteurs, notamment en cas de vente dans d'autres pays et en particulier dans des pays avec lesquels il n'y a pas d'accord avec la SACD. Une productrice évoque le réel problème de reddition des comptes, annonçant qu'un petit groupe de producteurs a décidé de mettre en place un système qui régulerait ces redditions afin de se préparer à un métier qui change avec l'influence grandissante d'Internet et l'apparition de nouvelles pratiques comme celle du « pourcentage au clic ». Plus généralement, il est à nouveau fait référence au manque d'anticipation et au fait que, malgré les talents, l'originalité et l'implication de certains, le monde de la série, en France, ne fonctionne pas comme une industrie et qu'il y manque l'investissement dans le développement et l'engagement à plus long terme qui permette réellement de déployer une histoire sur la durée. Il est ainsi regretté qu'il faille parfois attendre deux ans pour connaître la suite d'une aventure ; cela ne permet pas de capitaliser sur l'engouement initial du public. Il est également suggéré que l'industrie anglo-saxonne, qui doit investir dès le départ massivement dans le pilote, est peut-être plus motivée que les autres pour chercher des partenaires, notamment à l'international.

Nicolas Cuhe confirme toutefois qu'il y a évidemment un mandat sur la série pour tenter de la vendre partout dans le monde et qu'alors, en fonction des traditions des différents pays, elle sera traduite, doublée, ou sous-titrée... Il est aussi précisé qu'en France, le diffuseur a une forte influence parce qu'il ne propose pas suffisamment de créneaux et que l'heure d'exposition maximale – 20h40 –, du fait de son hégémonie, impose bien souvent « qu'il ne soit pas pris trop de risques ». Diffusée à d'autres moments, la série a beaucoup moins de chance de rencontrer son public ! En conclusion cependant, tout le monde s'accorde sur un certain « talent français », sur le fait que tout est possible et que l'énergie de la scène créative scandinave doit être une inspiration forte pour s'organiser, se mobiliser et continuer de créer des séries françaises avec des ambitions artistiques, esthétiques et de développement fortes. Il faut résister pour nourrir toutes les spécificités, tout en trouvant comment ne pas se couper du marché. Cela n'ira pas sans une réelle attention aux spécificités françaises, à la qualité de ce qui est produit, mais également à la préservation de la multiplicité des métiers dont malheureusement certains se perdent – Nicolas Cuhe en aura fait l'expérience notamment en ce qui concerne les costumes qu'il a parfois fallu chercher dans d'autres pays, alors que la tradition artisanale en la matière était forte en France il y a encore peu de temps. Enfin, la sensibilité grandissante des spectateurs à la qualité des séries est soulignée, ainsi que leur intérêt pour leurs qualités visuelles.

•

## 'PROFILAGE' (TF1 – France)

### Etude de cas



Intervenants :

Sophie LEBARBIER, co-créatrice et scénariste

Alexandre LAURENT, réalisateur

Marie GUILLAUMOND, conseillère programmes, TF1

Animé par :

Philippe NIANG, réalisateur

#### RADIOSCOPIE DE LA SÉRIE

Avec déjà 30 épisodes, et une première diffusion qui remonte à 2009, le succès de 'Profilage' n'est plus à démontrer. Comment tout cela a-t-il démarré ? questionne d'emblée Philippe Niang, qui propose, pour cette étude de cas, de procéder à une sorte de « radioscopie » de la série. Au départ d'une série, il faut un « big bang dramaturgique », nous explique Sophie Lebarbier. L'idée principale a été ici de « poser un regard féminin sur la série policière », d'où le choix de cette héroïne hors norme, psycho-criminologue. Beaubourg Production avait pour ambition de proposer une série en prime time à TF1. Après analyse marketing, le projet a donc été présenté à la chaîne en juillet 2006, puis une convention de développement a été signée en octobre de la même année – pour une 1ère saison de 6 épisodes –, et le tournage a commencé en août 2008. Sophie Lebarbier précise être passée d'un projet de fiction chorale, à un héros unique, puis à une héroïne unique, et finalement à deux personnages principaux. Cela n'a pas été sans difficulté en termes de timing et ne lui a laissé d'autre choix que de se lancer dans l'écriture aux côtés de Fanny Robert (les autres scénaristes sont partis) : leur tandem est donc né de cette nouvelle donne. Quel a été le niveau de « prise de risque » ? demande ensuite Philippe Niang.

La prise de risque est inévitable. Mais l'important est d'avoir confiance en son projet. TF1 a détecté un gros potentiel, qui tenait tant, d'ailleurs, à l'idée originale qu'aux personnages ; Marie Guillaumeond a notamment ajouté à la recette originale du « feuilletonnant ». Mais la grande chance de la série, précise Sophie Lebarbier, qui a permis de convertir ce pari en réussite, est surtout le fait d'avoir eu le temps de « s'installer ». Il aura en effet fallu pas moins de 18 épisodes pour trouver les bons codes narratifs, artistiques et visuels. La série 'Profilage' ayant récolté des niveaux d'audience suffisants pour être reconduite, sans toutefois devenir un enjeu majeur pour la chaîne, cela a permis de mûrir progressivement le concept, d'affiner la psychologie des personnages. Or, trop de séries sont prises au piège de l'urgence, et meurent avant même d'avoir pu réellement naître.

Philippe Niang retient avec intérêt le message à l'adresse des diffuseurs, les invitant donc à donner aux séries TV le « temps de la maturation ». Puis il interroge le réalisateur sur la « facture » particulière de la série : sur quoi repose-t-elle ?

Alexandre Laurent répond que cette « facture » tient à la fois au concept, aux décors (on est dans un univers résolument parisien, et l'héroïne elle-même est d'ailleurs très parisienne ; même si 'Profilage' nous emmènera bientôt en Suisse), à la manière de filmer (grand capteur et focal fixe ; l'on est plus proche du cinéma), à la musique (quelques indications seulement sont données au compositeur avec qui un travail est fait en continu, ce qui permet d'avoir toujours une « banque de sons » suffisante ; ce dernier travaille en l'occurrence à distance, depuis Los Angeles), mais aussi à une certaine liberté d'expression laissée aux acteurs et à la mise en scène. Alexandre Laurent parle volontiers « d'intuition de séquence et/ou de jeu » plutôt que de « découpage trop précis ». Et au montage, il reste encore de la marge de manœuvre... En bref, il est assez libre de faire ce qu'il veut, mais il

aime la force de proposition que sont les comédiens, l'échange fructueux et nécessaire avec les auteurs, et bien sûr la directrice artistique ; et ce, avant validation finale par la chaîne (qui demeure bien sûr le commanditaire). Philippe Niang voit dans ce mode de travail un tremplin vers le statut de « showrunner ». Il conclut cette première partie du débat avec deux questions d'ordre plus « technique » : les comédiens sont-ils « préemptés » toute l'année ? Combien de jours de tournage ont-ils été nécessaires pour les premiers épisodes ? Alexandre Laurent annonce une durée de 21 jours de tournage en extérieur, dont 2 à 3 jours de seconde équipe, à quoi s'ajoute une semaine en studio (le commissariat). L'on tourne à raison de 4 à 5 minutes par jour, un rythme normal pour un « téléfilm ». Quant aux comédiens, continue Sophie Lebarbier, 'Profilage' représente certes pour eux un engagement important qui ne leur laisse guère le loisir d'accepter d'autres emplois, mais cela n'est toutefois pas impossible ; et c'est même souhaitable (le fait de fréquenter d'autres équipes, plateaux et d'approcher d'autres rôles est enrichissant, y compris pour leur jeu dans 'Profilage'). Sophie Lebarbier insiste enfin sur la qualité de l'équipe actuelle des cinq auteurs (dont elle-même et Fanny Robert, depuis l'origine) ; tous se connaissent bien et ont plaisir à « brainstormer » ensemble. C'est une des clés indéniables du succès.

#### DÉBAT AVEC LA SALLE

**Comment vous renseignez-vous sur les véritables procédures judiciaires ?** Cela passe par des recherches documentaires classiques, principalement via internet, mais aussi par des contacts avec des psychologues et criminologues.

**Pourquoi avoir ajouté du « feuilletonnant » ?**

En même temps que les personnages évoluent (adjonction d'un nouveau héros notamment), que la série mûrit, le feuilletonnant s'est imposé comme « la cerise sur le gâteau » ; c'est un élément de plus en plus fréquent dans les séries TV, qui n'est d'ailleurs pas un pari facile, car il amène une contrainte supplémentaire évidente et forte : l'ordre des épisodes.

**Y a-t-il des perspectives de vente de la série à l'étranger ?**

L'Italie est acquéreuse depuis l'origine ; mais il n'y a pas d'autre vente à l'étranger à ce jour.

**Combien coûte un épisode ?**

En l'absence du producteur, l'équipe annonce une dépense moyenne d'environ 800 000 € par épisode

•



## 'VESTIAIRES' (France 2 – France) Etude de cas

Intervenants :

Fabrice CHANUT, scénariste et réalisateur

Sophie DELOCHE, productrice Astarthé & Compagnie

Animé par :

Philippe NIANG, réalisateur

### RADIOSCOPIE DE LA SÉRIE

Après avoir souligné le paradoxe qui consiste à organiser une table ronde sur une série mettant en scène des personnes souffrant de handicaps dans une salle qui n'est en l'occurrence pas accessible aux handicapés (!), Philippe Niang propose de parler, avec l'équipe présente, de la genèse de 'Vestiaires', dont l'univers a d'emblée évoqué pour lui Pierre Desproges ; il a en effet « senti son âme flotter sur cette série », où l'on retrouve sa dérision, son humour et son humanité.

Fabrice Chanut explique que 'Vestiaires' est inspiré de son quotidien. Il s'entraîne régulièrement avec Adda Abdeli (qui interprète le rôle de Romy dans la série) dans le même club handisport. Alors qu'ils se changeaient dans le vestiaire, ils ont réalisé, en écoutant les conversations de leurs partenaires, que ce vestiaire constituait un univers clos avec « ses références, ses vanes et sa façon de voir le monde ». Ils ont ainsi décidé de se mettre à l'écriture de petits modules de deux minutes. Ils se sont rendus au Festival d'Aubagne où ils ont exposé, à l'Espace Kiosque du FIFA, leur projet de série à Philippe Braunstein, qui l'a ensuite présenté à Sophie Deloche.

Le projet était pour le moins improbable, puisqu'il s'agissait de deux handicapés dans un vestiaire de piscine handisport, mais il a immédiatement séduit Sophie Deloche qui s'est empressée de demander aux deux auteurs de venir lire leurs premiers textes. Une rencontre a été organisée à Paris et elle a demandé à Fabrice Chanut et Adda Abdeli de travailler pendant trois mois à raison de cinq textes par semaine. 26 textes ont été choisis sur les 70 écrits. Bien que l'humour corrosif de la série pouvait trouver sa place dans l'univers de Canal +, « nous tenions à ce que le programme soit diffusé sur le service public », explique Sophie Deloche. La chaîne, toutefois, n'avait pas envie d'investir dans des formats courts et ne disposait pas des budgets pour ce type de série. Les auteurs ont donc décidé de tourner 6 épisodes. Ils ont été rapidement confrontés au problème de casting. Il est très difficile de trouver en France des acteurs handicapés physiques. La magie de ce métier a fait qu'ils ont rencontré Alexandre Philip, un comédien formidable qui souffrait – ce qui est très rare – du même handicap que Fabrice Chanut. La production a été lancée au mois de février 2011 et 6 modules ont été tournés. Philippe Braunstein et Sophie Deloche ont présenté, quatre jours après avoir terminé le montage, le projet à Perrine Fontaine, directrice des programmes de France 2, qui a donné son feu vert. Le projet était lancé, mais encore fallait-il trouver des réalisateurs. Or, comme le souligne Sophie Deloche, de nombreux réalisateurs ne se sentaient pas capables, après avoir lu les textes, de mener à bien le projet. « Se projeter dans cet univers peut faire peur » ajoute-t-elle. Franck Lebon et Vincent Burgevin ont décidé de relever le défi. Le résultat final est le fruit de l'étroite collaboration entre les auteurs et les réalisateurs, ces derniers ayant respecté la vision de Fabrice Chanut et Adda Abdeli.

Philippe Niang souhaite revenir plus en détail sur les petites vignettes qui concluent les épisodes. Fabrice Chanut, également conseiller artistique du projet et responsable de la figuration, a amené sur le plateau les membres de l'équipe d'Handisport de Marseille qui, bien qu'ils n'étaient pas comédiens, étaient ravis de participer à l'aventure.

Les vignettes ont été inventées, au fur et à mesure, avec l'ensemble des participants, figurants et comédiens. L'idée, précise Sophie Deloche, était de provoquer une rupture dans les épisodes, mais aussi de sortir du vestiaire. Toujours sur la question des vignettes, Fabrice Chanut, précise que l'ensemble de l'équipe se demandait souvent si « elle n'était pas allée trop loin ». Bien évidemment, il existe toujours le risque de succomber à la « tentation de trop en faire », mais Fabrice Chanut a trouvé la parade. Tous les textes étaient systématiquement présentés aux producteurs. C'est, à son avis, la meilleure façon de recadrer les auteurs. Sophie Deloche tient à préciser que les auteurs n'ont pas été bridés, ils ont même parfois été incités à se lâcher encore davantage et à faire, comme ils le aiment à le dire eux-mêmes, « cash mais pas trash ». C'est cette phrase qui a guidé l'écriture et la conception de l'univers visuel de 'Vestiaires'.

Philippe Niang fait remarquer que la série permet au handicap de réinvestir une sorte d'imaginaire collectif. Toutefois, il s'interroge sur la perception des personnes handicapées. Comment ont-elles reçu la série ? L'un des premiers tests – et, probablement, le plus important – a été pour Sophie Deloche d'organiser une projection des premiers épisodes montés ; projection à laquelle elle avait invité un de ses amis scénaristes en fauteuil roulant. Sa réaction a été très positive. Il retrouvait dans la série l'ambiance et l'humour qu'il avait connu dans les centres de rééducation. De même, Fabrice Chanut indique que ses partenaires du club Handisport et le président de la Fédération de natation se sont montrés très enthousiastes. Il a été informé récemment que les pastilles servent d'ailleurs lors de formations à la sensibilisation au handicap. Le succès, fait remarquer Sophie Deloche, est au rendez-vous et la série a séduit 1,6 million de téléspectateurs. La chaîne a d'ailleurs commandé 40 nouveaux épisodes.

Interrogée sur la diffusion de la série sur Internet, Sophie Deloche répond que le programme a été offert à certaines communautés ciblées. Fabrice Chanut ajoute que le succès de la série dépasse le cadre des communautés d'handicapés puisque l'épisode le plus vu sur Internet – épisode dont il est particulièrement fier – traitait de l'homosexualité. Pour rebondir, Philippe Niang évoque le livre d'un éducateur homosexuel d'origine maghrébine qui dit que c'est la vision des films d'André Téchiné qui lui a permis de sortir de sa solitude... La force d'une série comme 'Vestiaires' est qu'elle permet probablement aux handicapés de ne plus se sentir seuls. Sophie Deloche le confirme : lors d'une projection publique à Aubagne, elle a rencontré le père d'une famille d'accueil pour enfants handicapés, lequel lui a fait part de la joie des adolescents dont il a la charge de se rendre compte qu'ils peuvent exister à l'image. Fabrice Chanut rencontre lui-même beaucoup de jeunes dans des centres de rééducation qui s'étonnent qu'il puisse avoir un métier qui ne soit pas lié au handicap. La série leur ouvre ainsi de nouveaux horizons.



### QUESTIONS DE LA SALLE

*L'univers visuel de la série est très fort. Comment a été conçu le générique ?*

Sophie Deloche, en tant que productrice, a souhaité qu'une réelle réflexion soit engagée autour du générique. L'habillage, dans les formats courts, lui semble fondamental. Le générique « vient chercher le téléspectateur dans son quotidien », l'avertit que son rendez-vous télévisuel va démarrer. Quant à l'univers visuel, elle rappelle que la télévision est un média voyeuriste. Or, le challenge était de dépasser cet aspect pour que les téléspectateurs aient « simplement le plaisir de retrouver quotidiennement les comédiens ».

*Le film 'Intouchable' offre une vision idyllique du handicap.*

*'Vestiaires', au contraire, permet de banaliser le handicap...*

Fabrice Chanut ne saurait expliquer le succès du film 'Intouchable'. Toutefois, il est persuadé que les gens veulent « s'intéresser à l'autre ». Force est de constater que le handicap est l'un des derniers tabous en France. D'ailleurs, pour inviter les spectateurs dans l'univers d'un tétraplégique, les auteurs du film ont dû passer par la figure d'un « grand frère des cités ». Les codes du « grand frère des cités » sont donc mieux connus que ceux d'une personne handicapée.

*Quel est le budget par épisode ?*

Le budget de la seconde saison – qui comprend 40 épisodes – s'élève à 680 000 euros.

*Les personnages de 'Vestiaires' vont-ils vivre de nouvelles aventures en dehors de la série, au cinéma par exemple ?*

Sophie Deloche est persuadée qu'il ne faut pas « aller trop vite ». Fabrice Chanut et Adda Abdeli se sont ouverts à l'écriture. Ils ont trouvé, en duo, une certaine facture, et ils doivent aller jusqu'au bout de cette aventure. Mais en effet, pourquoi pas le cinéma ?...

« Tout est possible ».

•



## 'THE BRIDGE' (SVT, DR / Suède, Danemark) Etude de cas

Intervenants :

Jørgen JOHANSSON, directeur de la photographie

Niels SEJER, producteur artistique

Charlotte SIELING, réalisatrice

Patrick ANDRÉN, Uno HELMERSSON et Johan SÖDERQVIST,  
compositeurs

Animé par :

Jean-Marc AUCLAIR, scénariste

### LA RENCONTRE DE DEUX CULTURES : UN DÉFI QUI NOURRIT LA CRÉATIVITÉ

Jean-Marc Auclair interrogeant les intervenants sur les éventuelles difficultés à travailler ensemble, depuis deux pays géographiquement proches, mais aux cultures et aux langues très différentes, Charlotte Sieling répond qu'« on se comprend quand on fait des efforts » et ajoute qu'en l'occurrence, il a été nécessaire d'en faire quelques-uns, puisque la moitié de l'équipe était suédoise et l'autre danoise. D'ailleurs, ce « jeu » a été retranscrit dans la série où les personnages principaux – une femme suédoise et un homme danois – sont l'occasion d'explorer – et surtout de malmener – quelques a priori et autres idées reçues. Si globalement, l'accord est net sur le fait que les cultures suédoises et danoises sont différentes, il semble cependant difficile de qualifier ces différences sans être trop superficiel. Charlotte Sieling en propose tout de même une : les Danois sont gentils, et les Suédois hyper gentils !

Pour Niels Sejer, comme dans toute relation fraternelle, les uns et les autres sont très proches et ont beaucoup d'avis sur les autres ! Ils ne sont pas toujours justes, et cependant pas non plus toujours faux.

La taille des deux pays fait que, notamment en matière audiovisuelle, la rencontre est une bonne chose, puisqu'elle permet la création d'un marché d'une taille acceptable. En l'occurrence, l'idée de la série est venue d'un auteur qui a été soutenu par deux diffuseurs qui ont choisi de travailler ensemble et d'unir leurs forces de diffusion pour rendre viable ce projet.

Jean-Marc Auclair souhaitant savoir s'il est difficile de travailler avec deux diffuseurs, Charlotte Sieling répond qu'en l'occurrence, il a fallu gérer les différences de perception avec des Danois qui ont estimé la série trop dure au départ et puis qui, l'ayant vue, se sont particulièrement mobilisés pour la vendre. La série a été ainsi vendue en Suède et très souvent tournée en suédois. Charlotte Sieling ajoute que dans cette « coproduction a posteriori », l'auteur suédois, qui était habitué à un réalisateur suédois, s'attendait à travailler avec quelqu'un de bien plus « dictatorial » qu'elle, alors qu'elle-même était habituée à un monde danois où les auteurs ont davantage de poids. Finalement, tout s'est donc bien passé dans cet « entre-deux » qui fait le pont.

La thématique de la série – un monde cassé, où les gens ne sont plus connectés – et l'équipe composée ont ainsi agi comme « un reflet l'un de l'autre », comme « un miroir ». Et la rencontre quotidienne de ces différences a vraisemblablement été très utile pour installer l'esprit d'étrangeté qui accompagne la série.

Mais Charlotte Sieling conclut qu'au-delà des différences, ce qui a surtout compté, c'est ce qui unit Suédois et Danois. Si les densités d'un café suédois et d'un café danois sont très différentes, ces cafés se boivent sur les mêmes chaises, autour de la même table ! Et la preuve a ainsi été faite que lorsqu'on travaille ensemble, bien des obstacles, qui semblaient de prime abord insurmontables, ont finalement été des chances d'inventer.

### UNE SÉRIE SUR UN ARRIÈRE-PLAN DE MONDE FRACTURÉ : LA FAILLE, L'ENTRE-DEUX, UNE SOURCE D'INSPIRATION INÉPUISABLE

Les musiciens Johan Söderqvist, Uno Helmersson et Patrick Andrén insistent quant à eux sur l'importance de cet espace « entre-deux », de ce qui sépare ceux qui sont différents. C'est ce qui permet la plus grande créativité. Ils ont tous les trois travaillé ensemble à la musique, en symbiose. Là encore, au départ, les forces et faiblesses de chacun ont été associées avec comme ligne directrice de faire toujours différemment de ce qui serait venu comme première idée. Ainsi, finalement, le son est exploité comme l'histoire, tenu par la faille, l'espace de l'étrange où tout peut être renversé.

Au-delà de la musique, l'histoire même de la production, avec le retrait temporaire des Danois qui a conduit à un temps de réflexion imposé de huit mois, est finalement considéré comme positif, puisque cela a permis non seulement de tester l'implication de chacun, mais aussi de délimiter les responsabilités et de donner du jeu au réalisateur. En effet, la chaîne suédoise a accepté une idée danoise – les Danois avaient donc toute légitimité pour défendre leur point de vue – et les Danois ne pouvaient pas ne pas laisser parler les Suédois, puisque ces derniers avaient repris le flambeau de la production et de la diffusion. Ceci a conduit à ce que l'équipe artistique soit particulièrement unie et, de ce fait, vraisemblablement plus audacieuse que prévu. Il y a finalement eu une forme d'union sacrée autour de l'idée de « tout fait à l'envers ».

Une grammaire que Charlotte Sieling aura utilisée avec ferveur : celle de l'erreur. Ensemble, l'équipe était excitée à l'idée de se tromper, et chacun ayant déjà fait ailleurs de nombreuses expériences, s'est attaché à développer ce « langage de l'erreur ». « On se trompait d'outils, on jouait avec des situations difficiles, notamment pour les acteurs, on leur a donné de mauvaises habitudes, on s'est mis en difficulté pour ne pas être dans l'attendu, mais bien dans cet inattendu que représente aussi le pont, suspendu entre deux terres. »

Jørgen Johansson ajoute, en incise, que le retard dans la production a également eu une heureuse conséquence technique, puisqu'il a permis que la série soit finalement tournée avec une caméra digitale toute nouvelle, qu'ils ont été les premiers à utiliser en Scandinavie. Il a ainsi pu alléger son équipement lumière des deux-tiers, ce qui a été particulièrement bénéfique pour le budget et a eu des conséquences – là aussi heureuses – sur la capture des ambiances, notamment nocturnes. Cela donne une couleur encore plus scandinave à cette série, une couleur qui ressemble à ces pays où l'on n'est pas habitué au va-et-vient quotidien de la lumière, où l'on vit de longs mois sans lumière naturelle. La série aurait vraisemblablement été tournée très différemment à Paris.

Niels Sejer aime, à cet égard, décrire le processus de travail avec les réalisateurs comme une « conversation » qui commence par le scénario écrit et qui va de plus en plus vers le monde réel, avec des partis-pris visuels très précis. C'est ce qui a permis la passation avec l'équipe suivante.



### DONNER AUX DIFFUSEURS, AU RÉALISATEUR, AU PUBLIC, CE QU'IL VEUT, MAIS AUSSI CE QU'IL NE VEUT PAS

Quelques informations techniques et budgétaires sont échangées, et il apparaît qu'il n'y a eu pour cette saison qu'environ 60 jours de tournage, et donc environ 15 jours pour les 57 minutes que dure un épisode. Le budget a été d'environ 10 millions d'euros pour les 10 épisodes.

La saison deux – Charlotte Sieling rappelle à cette occasion qu'elle n'est responsable que des quelques tous premiers épisodes, le relais ayant ensuite été pris par une équipe suédoise – est en cours d'écriture. Interrogée sur le fait qu'elle ne participe pas à cette suite, Charlotte Sieling répond que les délais entre la commande et la prise de décision de poursuivre font qu'elle était déjà engagée sur un autre projet.

Quant au casting, Charlotte Sieling avait une idée très précise de l'homme qu'elle voulait embaucher. Il a par chance répondu positivement. Quant à la jeune femme, pour Charlotte Sieling, l'histoire d'amour a commencé dès le casting. Elle l'a vue, et en est tombée amoureuse, au point qu'elle n'avait finalement rien à montrer aux diffuseurs pour tenter de les convaincre de son choix. Le travail avec l'actrice s'est par la suite révélé particulièrement intéressant, notamment dans l'exploration de la maladie et des manières de présenter ce froid qui l'habite et qui, petit à petit, va, très partiellement, fondre. Pour cela, il a d'ailleurs fallu résister à de nombreuses critiques, puisque pendant un long moment, on ne connaît pas la maladie du personnage et on peut alors facilement estimer que l'actrice ne serait pas très douée ou la réalisatrice une mauvaise directrice d'acteurs. Mais cette difficulté s'est finalement, elle aussi, révélée positive, puisque les spectateurs se sont pris à aimer quelqu'un – cette femme un peu autiste qui n'avait fondamentalement pas les moyens d'être sociale et empathique – qu'ils avaient, au départ, franchement détesté. Johan Söderqvist confirme que la cote de popularité de l'actrice a été en constante croissance au fur et à mesure de la diffusion.

Jean-Marc Auclair s'étonnant alors de voir, comme dans de nombreux livres en provenance de Scandinavie, une héroïne glaciale, et se demandant s'il y a là un réel trait de caractère des femmes du Nord, Charlotte Sieling répond que les auteurs sont en général des hommes et qu'il s'agit donc plus vraisemblablement de la vision que l'homme scandinave a de la femme, plutôt que de la réalité des femmes du Nord. Elle-même n'a construit le personnage qu'à partir d'un scénario qui la campait comme étant autiste.

Charlotte Sieling estime qu'une des forces de cette série émane de la constante nécessité de dialoguer entre producteurs, diffuseurs, auteurs, acteurs, et que dans ce contexte, il est particulièrement important de donner à chacun ce qu'il veut, mais aussi ce qu'il ne veut pas. C'est ainsi, en effet, que l'on devient vivant, même en regardant la télévision. Bien sûr, parfois, certaines demandes de « ramollissement » ont été exprimées. L'équipe, soudée, a résisté, souvent aidée en cela par une musique plus que convaincante.

Il est d'ailleurs précisé que les musiciens sont les seuls à avoir travaillé depuis le lancement de la série jusqu'à aujourd'hui, et qu'ils se sentent donc garants d'une forme d'homogénéité et de fidélité à l'idée initiale.

Ils disent en tout cas revenir très souvent aux toutes premières idées et lignes directrices exprimées avec force par la réalisatrice.

Il est précisé en outre que cette série a désormais été achetée par tous les pays nordiques, mais également par les Pays-Bas, l'Angleterre et l'Allemagne.

Jean-Marc Auclair demande enfin si tout est résolu à la fin de la première saison, et Charlotte Sieling indique que cela ne peut être dit ainsi, mais qu'en effet, le cas abordé dans l'ouverture est résolu. La seconde saison traite d'un autre cas...



## ‘CAÏN’ (France 2, France) Etude de cas

Intervenants :

Bertrand ARTHUYS, scénariste et réalisateur  
Linda CHABERT, productrice DEMD  
Bruno DEBRANDT, Julie DELARME  
et Frédéric PELLEGEAY, comédiens  
Fabrice MALAVAL, coach de Bruno DEBRANDT  
Animé par :  
Philippe NIANG, réalisateur

### RADIOSCOPIE DE LA SÉRIE

Avec ‘Caïn’, et après ‘Vestiaires’, « nous restons donc dans le monde du handicap », souligne Philippe Niang qui propose de parler, avec l’équipe, de la genèse de la série, et de ses facteurs clés de succès. Bertrand Arthuys s’étonne en effet de cette « synchronicité » sur le handicap, s’interrogeant au passage sur la notion d’inédit et citant aussi la « parabole des aveugles » (ce tableau de Bruegel qui renvoie au sentiment d’inévitable fatalité de la condition humaine). Son ambition était, nonobstant, de mettre en scène un « fic en fauteuil roulant ». Non sans évoquer ‘L’homme de fer’, et plutôt qu’un « pitch », telle a simplement été l’idée de départ du projet. Mais à la différence de cet homme de fer, notre héros est ici complètement autonome et indépendant. Ce personnage, qui est donc le point d’ancrage de la série, est surprenant, décalé, provocant ; ses répliques sont audacieuses, « rock’n’roll ». Il s’est dessiné peu à peu, au fur et à mesure des épisodes. Philippe Niang le compare à ‘Dr House’, estimant qu’il a un « statut particulier » (il dort chez la victime !). En effet, surenchérit Bertrand Arthuys, notre héros « transgresse les règles », il est « en rébellion » ; son handicap le lui permet. L’accident qu’il a eu l’a révélé, et il en joue : facétieux, ironique, cynique, effronté, parfois sadique... Il ne recouvre sa normalité que lorsqu’il est au volant de sa voiture (et quelle voiture !). La préparation physique a été importante, avec l’appui de Fabrice Malaval qui a coaché l’acteur principal pour apprivoiser l’autre élément majeur en la circonstance, accessoire indispensable et indissociable : le fauteuil, qui « va plus vite qu’une personne à pied » signale Bertrand Arthuys ; cela représente un challenge au tournage, tant il faut rechercher une certaine harmonie dans les rythmes de déplacements. Interrogé plus spécifiquement sur la vision qui est présentée du handicap dans la série, Fabrice Malaval retient surtout qu’une fois cette problématique première – et évidemment saillante – dépassée, l’on se rend compte que le personnage est de toute façon marginal, « no matter what » ! Toute l’équipe de Caïn reconnaît d’ailleurs volontiers que « nous sommes tous porteurs d’un handicap », et Bertrand Arthuys se félicite plus particulièrement du fait que la série pourrait être porteuse d’un message plus large sur les Humains, autrement dit que le handicap ne soit qu’un prétexte pour aller tout au fond des personnages. Linda Chabert précise ensuite que le rôle a été pensé et écrit d’emblée pour Bruno Debrandt, avec qui Bertrand Arthuys avait déjà travaillé, au théâtre. Il faut saluer aussi la performance de son « bras droit » dans la série, Julie Delarme, qui ne manque pas non plus d’énergie et de répartie. Quant au choix de Marseille, et après avoir pensé également à Bordeaux ou Lille, il s’est imposé en partie du fait que le tournage devait se faire en hiver. Les trois premiers épisodes ont ainsi été réalisés avec les équipes régionales de France 3, avant que France 2 – dont le nouveau directeur de la fiction était Thierry Sorel – commande les cinq épisodes suivants. Au final, il a fallu trois ans pour voir le projet réellement aboutir.

Ironie du sort, poursuit Bertrand Arthuys : Marseille est l’une des villes françaises les plus difficiles à vivre pour les handicapés, sinueuse, escarpée... Mais elle offre des visuels extérieurs uniques, forts et multiples à la fois. Ce sera d’ailleurs une des gageures de la série que de surprendre

par ses plans extérieurs, qui restent largement dominants, annonce-t-il pour la suite... Quant aux plans intérieurs dans le commissariat – actuellement du « simili-studio » –, ils promettent de s’animer davantage... Enfin, à venir également, du « feuilletonnant », sur le versant de la vie privée des personnages... S’agissant enfin de la logique d’écriture, elle se fait aujourd’hui en binôme – Alexis le Sec et Bertrand Arthuys sont co-auteurs –, ce dernier tenant à souligner le fait que la productrice, Linda Chabert, n’a jamais demandé à tout savoir, laissant le champ libre à la créativité, qui passe bien sûr par des échanges et allers-retours réguliers avec l’équipe (les comédiens, la production...). Il pourrait être envisagé de constituer pour la suite un atelier d’écriture (d’autres auteurs se sont ralliés à la série et ont déjà proposé des pitches).

### QUESTIONS DE LA SALLE

**Bien que la trame de fond – le bandicap, les enquêtes criminelles... – ne soit pas à proprement parler « légère », on a souvent l’impression d’une comédie...**

En effet, les épisodes jouent volontairement sur des registres émotionnels et tons très divers.

**Combien coûte un épisode ?**

La somme moyenne de 700 000 € est avancée.

**Quelles sont les durées de tournage ?**

Il faut compter environ 11 jours de tournage par épisode, une durée classique pour ce genre de format.

**Y a-t-il déjà eu des accidents avec le fauteuil ?**

C’est arrivé : une crevaillon détonante, dans un hangar, heureusement sans gravité !



## ‘LES LASCARS’ (Canal +, France) Etude de cas

Intervenant :

Ismaël SY SAVANE « IZM », scénariste  
Animé par :  
Pierre-Jean REY, scénariste et producteur Sigg



### UNE AVENTURE PLURIFORMAT POUR ABOUTIR À UN FORMAT TRÈS SPÉCIFIQUE : LE 13 MINUTES

Pour retracer la genèse de cette aventure, il faut remonter en 2001, car tout commence par une série courte, sur le Web, qui est ensuite reprise pour un format télévisuel. Un long-métrage a également été réalisé et a rencontré un beau succès qui fait que, deux ans plus tard, la série continue de vivre dans un format original : le 13 minutes.

Ismaël Sy Savane, scénariste et directeur artistique, indique que l’idée de passer de l’animation au réel est venue des producteurs qui sont allés voir Canal +. La chaîne a trouvé que c’était effectivement une bonne idée. Le format de 13 minutes a alors été imposé, même si initialement, la série devait se décomposer en épisodes de 26 minutes. La tentative de proposer « 26 minutes » avait été faite, mais cela n’avait pas convaincu le diffuseur. N’ayant aucune référence en la matière, il a donc fallu tâtonner jusqu’à ce que finalement, au bout de quelques épisodes, le rythme des « 13 minutes » ait pu être réellement trouvé. Il ajoute que même avec un budget minime de 600 000 €, le long-métrage n’est pas rentable et le format « une minute » n’a pas non plus trouvé sa place économique.

La section fiction de la chaîne a demandé que des personnages nouveaux soient créés pour la nouvelle série. C’est ce qui a été fait.

Pierre-Jean Rey estime que pourtant, l’on retrouve le même « esprit Lascars » dans le une minute, le long, et les épisodes de 13 minutes. Ces derniers ont-ils été particulièrement difficiles à écrire ?

Ismaël Sy Savane répond que pour la saison de 12 épisodes, il y a eu 10 mois d’écriture avant de commencer à tourner, et qu’en effet, la différence est grande entre écrire un sketch avec des anonymes, un long-métrage qui impose une vraie construction de comédie avec une installation de personnages, une série conçue avec des épisodes de 26 minutes qui permettaient de décliner réellement une histoire et d’entrer en profondeur dans les ressorts des personnages, et l’écriture des épisodes de 13 minutes finalement retenus. Dans la salle, de jeunes scénaristes s’interrogent sur une éventuelle émergence de règles que l’on pourrait appliquer désormais pour des épisodes de 13 minutes...

Ismaël Sy Savane répond qu’il a fallu tâtonner, qu’il ne s’agissait pas de reproduire le schéma ‘Working girl’, seul autre exemple vu en France à ce jour, avec des thématiques et des sketches. Il s’agissait bien, au contraire, de raconter des histoires. Et, une fois encore, il y a parfois eu quelques regrets quant au format initialement prévu de 26 minutes, mais finalement, sur le tas, le rythme a été trouvé – et le format a également permis d’aller plus loin et par exemple, parfois, de raconter « des histoires qui ne racontent rien ». Aujourd’hui, c’est avec enthousiasme et impatience qu’il travaille à la suite. S’il est difficile de théoriser, il ajoute qu’il s’agit presque d’une question musicale : il faut aller vite, être dynamique, ne pas avoir le temps de sennuyer. Une règle peut-être : ne pas faire trop compliqué, et, même s’il est personnellement un grand fan de sitcom, il faut s’attacher à faire « autrement », parce qu’en 13 minutes, « on n’a pas le temps ! »

### BEAUCOUP DE TRAVAIL DE PRÉPARATION, EN AMONT, COLLECTIF, POUR POUVOIR ENSUITE ÊTRE LIBRE ET IMPROVISER

Pierre-Jean Rey souhaitant comprendre comment les trois scénaristes

se sont répartis les tâches, Ismaël Sy Savane répond qu’il a écrit avec Éric Benzekri le synopsis et le séquencier, et qu’il a ensuite écrit les dialogues avec El Diablo. Ensuite, avec Tristan Aurouet, une réelle réadaptation a été faite. Présent sur le tournage, il a également réécrit ce qui devait l’être quand parfois, le rythme n’était pas le bon. Il a ainsi été, sur la longueur, garant de l’homogénéité de la série.

Il ajoute que l’avantage d’avoir été scénariste sur une série comme ‘Les Lascars’, créée de toutes pièces, dans un univers particulièrement original, est que la direction artistique est presque « allée de soi » et que les scénaristes ont naturellement été écoutés du début jusqu’à la fin du processus.

Interrogé sur le déroulement du casting, Ismaël Sy Savane dit qu’il a fallu plus d’une année pour trouver les jeunes comédiens qui devaient non seulement être rompus au métier, mais également être jeunes, et familiers de cet univers pour que ça puisse « avoir l’air vrai ». Un mois de répétition a permis aux uns et aux autres de travailler et d’aboutir à ce mélange final de grande liberté. La comédie a été enrichie par les comédiens eux-mêmes une fois imprégnés de « l’esprit Lascars ».

Le casting avait d’abord été initié par la production qui avait dans l’idée de réaliser un casting sauvage et de faire travailler des jeunes que l’on n’aurait encore jamais vus. Plus de 200 candidats ont été reçus, mais c’est finalement avec l’aide d’un directeur de casting confirmé que le choix de comédiens formés a été fait, en moins de deux semaines. Si, en effet, la série semble libre et qu’une certaine part d’improvisation est de mise, le jeu des comédiens en est d’autant plus complexe. D’ailleurs, dans la vie, ces comédiens ne ressemblent pas du tout à leurs personnages. Ismaël Sy Savane est d’ailleurs assez fier d’avoir introduit ainsi de nouvelles têtes professionnelles dans le PAF.

Les conditions de tournage n’ont pas été particulièrement simples puisqu’il fallait, chaque jour, réussir à tourner six à huit minutes utiles. Il y a eu tournage en studio, auquel se sont ajoutées trois semaines de tournage extérieur. C’est cette pression qui a également justifié le long temps des répétitions, afin qu’au moment du tournage, tout puisse se dérouler le plus naturellement et rapidement possible.

Dans la salle, les interventions sont nombreuses pour souligner l’excellent travail des acteurs et se réjouir du fait que le temps des répétitions ait ainsi été longuement pris. Ismaël Sy Savane rappelle que finalement, il n’y a eu que six semaines de tournage, dont trois semaines et demie en intérieur et deux semaines et demie en extérieur. Avant de tourner, les répétitions ont essentiellement été l’occasion d’affirmer les personnalités de chaque personnage ; chaque acteur ayant reçu une liste des musiques que son personnage aime, et des informations sur sa famille, son comportement – « est-il nerveux ou pas ? », par exemple. Il a ainsi parfois fallu réécrire quelques éléments du scénario pour tenir compte de la richesse de ce travail préparatoire et rendre plus cohérents encore personnages et situations, dialogues et décors.

Pierre-Jean Rey demandant enfin si le diffuseur est heureux du résultat, Ismaël Sy Savane répond qu’il doit l’être, puisqu’une seconde saison a été commandée. L’écriture a d’ailleurs déjà commencé, il y a deux ans. Il estime cependant qu’il s’agit là d’un produit de niche qu’il aurait vraisemblablement été difficile de réaliser ailleurs qu’en France et pour Canal +.



**L'édition pilote de Série Series a été créée et mise en œuvre par :**

**Le comité éditorial de Série Series** présidé par Nicole Jamet, Philippe Triboit et Jean-François Boyer  
et avec Bénédicte Lesage, Hervé Hadmar, Nicolas Jorelle, David Kodsi, Pierre-Jean Rey,

et **Kandimari** - Marie Barraco et Laetitia Duguet, productrices et déléguées générales de l'événement  
Avec Emmanuelle Déprats, Ellen Favennec et Charlene Orsini  
Pierre Lafouge et Vincent Chapalain  
Photographies Olivier Vigerie  
Création charte Série Series François Prost  
Création brochure Actes Pascal Mendive

**L'Association pour la Promotion de l'Audiovisuel** est présidée par Jean-François Boyer  
Les membres du Bureau de l'APA sont Jean Nainchrick, Nicole Jamet, Paul Rozenberg,  
David Kodsi, Denis Goulette, Sylvette Frydman  
Déléguée Générale : Julie Carrère

L'APA et Série Series remercient chaleureusement tous les professionnels, français et étrangers, ayant accepté d'intervenir lors des rencontres, débats, ateliers, projections et séances de décryptage, les modérateurs, venus faire partager leur expérience et tous leurs partenaires pour leur participation et leur engagement qui ont permis la réalisation de ces manifestations.



Château de  
Fontainebleau



francetélévisions



Avec le soutien de



ACTES RÉALISÉS PAR

Onciale

Édition, rédaction, multimédia

5, rue Barbette  
75003 Paris  
T : 01 44 54 55 11  
F : 01 44 54 55 15  
[onciale@onciale.fr](mailto:onciale@onciale.fr)



61 rue Danton 92300 Levallois Perret  
T : + 33 9 52 10 56 08  
[contact@kandimari.com](mailto:contact@kandimari.com)  
[www.kandimari.com](http://www.kandimari.com)

[www.serieseries.fr](http://www.serieseries.fr)  
[www.apa-tv.fr](http://www.apa-tv.fr)