



Les chaînes misent sur des séries haut de gamme, comme "Wayward Pines", portée par des talents venus du cinéma.

Télévision mondiale l'événement

en documentaire, le plus en plus appelés pour incarner

ion qui met en scène et multiplie les dimensions fortes au sens événementiels... dernières tendances mondiale, selon l'étude juin par Eurodata TV département interna-

aire, les chaînes du t de plus en plus appelés connus pour formes, afin de renouveler l'attraitif auprès C'est le cas du documentaire *Harry's South* net à contribution le r lever des fonds, ou *Untamed*, qui suit une o-zélandaise, Davey mess man, trappeur, traces des grands ex-nir également, *David the Unknown* (BBC) lèbre footballeur part le communautés de enne.

sement, les émissions r retour sur les écrans. par de jeunes magiques, elles battent idience au Royaume-) ou en Irlande, où le h Barry a réalisé, sur l'audience de 12,5 % es adultes. Le divertis- par ailleurs à exploi- challenges physiques e soit en milieu hostile 4 ou *Survival* annoncé), ou en plateau, avec en *Boom!*, attendu sur

par Big Nose et Newen. En matière de programmation, les télévisions mondiales bouleversent également les codes, en diffusant de manière simultanée le premier épisode d'une série sur plusieurs chaînes, voire dans plusieurs pays. C'est le cas d'*El Principe*, dont l'épisode 1 a été proposé en même temps sur quatre des chaînes du groupe espagnol Mediaset : Telecinco, Divinity, Energy et La Siete. Autre exemple marquant : le pilote de la série américaine *24 : Live Another Day* a été diffusé simultanément aux Etats-Unis, au Canada, en France, en Turquie et au Royaume-Uni.

Séries haut de gamme

L'utilisation du direct s'avère aussi un formidable moyen de faire le buzz. Jusqu'alors réservée aux événements sportifs ou aux grandes cérémonies, cette pratique s'étend désormais à des genres divers et variés. Ainsi, le documentaire américain *Live From Space* (National Geographic Channel), a été diffusé en direct depuis l'espace, à bord de la Station Spatiale Internationale, dans plus de 170 pays.

Enfin, en fiction, les chaînes misent sur des séries haut de gamme, portées par des acteurs, réalisateurs ou producteurs venus du cinéma, comme *True Detective* (HBO), avec Matthew McConaughey et Woody Harrelson, *Babylon* (Channel 4), réalisé par Danny Boyle, ou encore *Wayward Pines* (Fox), avec Matt Dillon. Les coproductions internationales ambitieuses restent d'actualité. Parmi elles : l'anglo-hispanique *Refugees* (BBC Worldwide/Atresmedia), tournée cet été et diffusée sur La Sexta à l'automne, l'américano-suédoise *Welcome to Sweden* (TV4/NBC), ou encore la germano-italienne *Gomorra* (Beta Film), inspirée du livre de Roberto Saviano. Déjà vendue dans 50 pays, elle est attendue sur Canal+ en 2015.

TVFI se dote d'un bras numérique

Numérique

L'association des exportateurs de programmes audiovisuels français lancera, en 2015, avec le soutien financier du CNC, la plate-forme France Export Pro.

★ Afin d'accompagner ses adhérents à l'heure du numérique, l'association des exportateurs de programmes audiovisuels français TV France International (TVFI) lancera, en 2015, la plateforme France Export Pro. Présentée lors de l'assemblée générale de l'association, le 3 juin, elle a pour but de renforcer la promotion et l'attractivité de l'offre française, mais aussi d'accroître les ventes internationales.

"France Export Pro sera composée d'une vitrine regroupant un moteur de recherche, avec un référencement exhaustif et des contenus enrichis (fiches, critiques de programmes...), explique Mathieu Béjot, délégué général de TVFI. Elle proposera également les fonctionnalités indispensables d'une «screening room» en ligne, c'est-à-dire le visionnage intégral de tous les programmes français, et offrira un renvoi direct vers les sites des adhérents. Tout l'enjeu de ce projet est la lisibilité et l'accessibilité de l'offre hexagonale. Nous voulons en faire le site de référence des programmes français." L'association partira de la base de programmes déjà présente sur son site – soit environ 20 000 vidéos – qu'elle entend enrichir très rapidement. "Au-delà du projet, il s'agit aussi de doter TVFI d'un bras numérique."

Laboratoire virtuel

Dans un second temps, la plateforme accueillera un laboratoire virtuel, véritable outil de commande de fichiers numérisés, faisant le lien entre les vendeurs, les acheteurs et les laboratoires agréés et agrégés par TVFI. Le format d'échange retenu pour ce laboratoire universel sera l'IMF (Interoperable Master Format), en cours de finalisation.

Doté d'un budget prévisionnel de 3,50 M€ sur cinq ans, le projet France Export Pro recevra un investissement initial conséquent du CNC. "Nous envisageons également de mettre à contribution nos adhérents au bout de 2 à 3 ans. Mais nous nous donnons du temps pour les convaincre que cette plate-forme est un vrai plus pour le secteur." Le recrutement de prestataires sera lancé avant l'été. TVFI fera son choix à l'automne. La fabrication de la plate-forme commencera fin 2014-début 2015. "Nous visons un lancement en juin 2015", précise Mathieu Béjot. Quant au laboratoire virtuel, il devrait voir le jour fin 2015.



Robert Salvestrin, à la tête de Lucky You

Bonne Pioche accroît son développement

Stratégie

Après la création de sa filiale de vente internationale de documentaires, la société se lance dans la production de magazines et de contenus web.

★ Fondée en 1993 par Yves Darondeau, Christophe Lioud et Emmanuel Priou, Bonne Pioche, société de production qui s'illustre dans la télévision – en particulier dans le documentaire, avec la collection *J'irai dormir chez vous* – et le cinéma (*La Marche de l'empereur*, *Il était une forêt*...), poursuit sa croissance. Elle procède à une levée de fonds afin d'accompagner trois développements au sein de son pôle TV.

Tout d'abord, elle se lance dans la distribution internationale de documentaires, avec la création d'une filiale dédiée, Lucky You (lire Écran total n° 999, p. 6). "Voilà un an que nous réfléchissons à passer un nouveau cap, explique Emmanuel Priou. Rapidement, nous avons pensé avoir une carte à jouer sur cette branche." C'est Robert Salvestrin (ex-Kwanza) qui dirige cette filiale devant permettre à Bonne Pioche de "renforcer sa présence à l'international, déjà importante". Son line-up sera composé des nouveaux documentaires de Bonne Pioche, mais également des anciens – leurs mandats seront récupérés dès qu'ils prendront fin chez les distributeurs les détenant – ainsi que de programmes de producteurs tiers, dont Camera Lucida.

Laboratoire d'idées

Deuxième développement : l'ouverture d'un département magazine. "Nous produisons des magazines notamment d'histoire, de découverte et de société. Nous n'irons pas vers le talk-show ou le divertissement pur", indique Emmanuel Priou. Pour superviser cette activité, un producteur senior sera recruté d'ici l'automne. Enfin, sera inauguré à la rentrée un département Web. "Ce sera un laboratoire pour tester des idées et des talents. Nous proposerons des déclinaisons de nos programmes TV et des contenus à 100 % pensés pour le Web", conclut Emmanuel Priou.