

Création télé: la Flandre a du succès

Audiovisuel Les programmes flamands, jugés de qualité, s'exportent de mieux en mieux.

E mmy Award de la meilleure comédie pour "Wat als?"; prix Italia, prix Michel Mitrani et Fipa d'or de la meilleure interprétation masculine pour "Marsman"... "Clan", "Van Vlees en bloed", "Quiz me quick", "De Ronde", "De Parelvisers" ou encore "Het Geslacht de Pauw"... Depuis 2010, de prestigieuses séries flamandes se distinguent et parfois, s'exportent. "Cordon" a été vendu à la BBC. "Vermist" a été exporté dans plus de nonante pays. "Double vie", enfin, a séduit l'Inde et les Etats-Unis.

Depuis 20 ans, la Flandre produit également de nombreux formats populaires (émissions, jeux, magazines) diffusées systématiquement en première partie de soirée. Ces programmes réalisent des audiences jamais vues chez nous. La dernière finale de "De Slimste Mens ter Wereld" diffusée sur Vier a séduit près d'1,5 million de téléspectateurs.

Des années d'investissements

Marché de taille à peu près similaire au nôtre, la Flandre ne rougit pas des contenus "mainstream", indiquait Dominique Vosters (président du Conseil supérieur de l'audiovisuel), lors d'une rencontre interprofessionnelle visant à soutenir la création télévisée en Fédération Wallonie-Bruxelles.

"Culture populaire et culture avec un grand C trouvent leur équilibre et se renforcent mutuellement. C'est un petit marché mais avec beaucoup de chaînes, beaucoup de producteurs, beaucoup de dynamisme et peu d'overflow." Seulement 5,5% de l'audience flamande, en effet, zappent sur les chaînes néerlandaises. Alors que 45% des francophones, en revanche, préfèrent la télé française aux chaînes francophones belges.

"L'audiovisuel flamand attire plus d'argent", reconnaît Christophe De-

borsu, journaliste au sein de la société de production Woestijnvis, dans un entretien accordé au CSA. "La population flamande est plus nombreuse et un flamand gagne en moyenne 20% de plus qu'un francophone. Donc, les investissements publicitaires suivent." D'autre part, "les patrons belges sont quasi tous flamands et ne s'intéressent pas vraiment à la télévision francophone", poursuit l'ancien journaliste de la RTBF.

Après la naissance de la première chaîne privée en 1989 (VTM), la VRT (service public flamand) avait en effet été contrainte de prendre des risques et d'externaliser sa production. La Vlaamse Radio- en Televisieomroep – 400 millions d'euros par an, contre (plus ou moins) 210 millions pour la RTBF – investit 25% de son budget dans des programmes issus de la production indépendante locale. Soit 40 à 50 millions d'euros par an.

Le groupe Medialaan (VTM, 2BE, Vitaya, JIM, Vitaliteit, vtmKzoom, Qmusic TV) consacre quant à lui 30 à 40 millions d'euros de son budget (250 millions d'euros par an) aux producteurs indépendants flamands et Vier/Vijf: 5 à 10 millions (sur 100 millions).

Des bonnes pratiques

Les années 90, ont dès lors été marquées par l'émergence de nombreuses boîtes de production (Studio 100, De Mensen ou Woestijnvis) ainsi que d'un véritable savoir-faire.

Toutefois, Christophe Deborsu insiste: la force des programmes flamands, "c'est de miser sur le local tout en restant fondamentalement ouvert au reste de la planète". "C'est ainsi que sont apparus naturellement les 'Bekende Vlamingen' [...] auxquels [le téléspectateur] peut s'identifier facilement."

Ces "Flamands connus" ont notamment bénéficié du soutien de la presse écrite. "Dag Allemaal", par exemple, consacre systématiquement sa Une à une personnalité locale, soutient le journaliste. En revanche, "Ciné Télé Revue", poursuit-il, ne montre un Wallon connu que dans 38% de ses Unes." En outre, "les francophones s'identifient à la langue, les Flamands à leur région".

Au.M.

Projets en cours

Woestijnvis débarque en Fédération Wallonie-Bruxelles

Nouvel acteur.

"Woestijnvis souhaite investir le marché francophone", a indiqué Sam De Graeve, le directeur de la fameuse société de production qui fit les beaux jours de la VRT (et dorénavant de Vier).

Le journaliste sportif Marc Delire serait impliqué dans l'ouverture de cette succursale en Fédération Wallonie-Bruxelles. Pour rappel, la moitié des meilleures audiences flamandes "de tous les temps", insiste le journaliste Christophe Deborsu, proviennent de programmes développés par Woestijnvis.

A l'origine de formats télé particulièrement populaires en Flandre ("Man bijt hond", "De XII werken van vanoudenhoven" ou de "De slimste mens ter wereld"), Woestijnvis se charge actuellement de la captation des matchs de la Jupiler Pro League pour Proximus depuis 2005 en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Au.M.

25

POUR CENT

La VRT investit 25% de son budget dans des programmes issus de la production indépendante locale.