

Mip 2017 : quatre jours sous le signe des séries noires

Marché Quelque 10 500 professionnels de la télévision ont rempli leur panier de nouveautés durant le Marché international des programmes.

Le 54^e MipTV s'est achevé, ce jeudi à Cannes. Rencontres, conférences, débats, interviews, négociations, achats de programmes, accords de production (ou de coproduction) ont animé la Croisette, quatre jours durant. Dix mille cinq cents participants, provenant de 100 pays différents, se sont présentés au Palais des festivals.

Trois mille huit cents acheteurs sont venus acquérir de nouveaux formats auprès de 1 500 sociétés exposantes pour enrichir, notamment, leurs grilles 2017-2018 de nouveaux programmes. "On enregistre, à nouveau, une présence renforcée des Etats-Unis, de la Grande-Bretagne, de la Chine, de la Russie, des pays nordiques, ainsi que de la Turquie", indique Laurine Garaude, responsable de la division télévision.

Des séries turques et russes particulièrement prisées

Andy Fry et Julian Newby, journalistes (également contributeurs à une publication distribuée quotidiennement aux festivaliers), ont animé une session consacrée aux nouvelles tendances. Ils ont souligné l'intérêt croissant des acheteurs pour les séries (turques et russes notamment).

"Les fictions sérielles constituent une véritable tendance depuis 6 ou 7 ans, indique Julian Newby, rédacteur en chef de la publication. Ces programmes permettent de donner une véritable identité aux chaînes qui les diffusent. Cette tendance coïncide avec l'arrivée, sur le marché européen, d'acteurs internationaux comme Netflix ou Amazon. C'est une question d'image mais pas seulement... Les séries captivent le public, mieux que n'importe quel autre programme. Elles permettent d'attirer l'attention sur le reste du contenu proposé par une chaîne."

La majorité des fictions présentées sont (particulièrement) noires, évoquant la corruption, des drames familiaux et politiques, des meurtres et des kidnappings d'enfants. Les dramas asiatiques (le Japon a bénéficié de plusieurs avant-premières) apportent toutefois une touche de fantaisie et d'humour sur fond de scènes d'action antiterroristes (à l'image de "Crisis" projetée mardi). "Le visuel devient également plus important que la narration", poursuit Andy Fry. En témoigne la série "Maltese", dont l'approche esthétique rappelle à la fois celle de "Bloodline" et de "Narcos".

A nouveau, peu de grands formats aboutis

Les deux interlocuteurs notent également le retour des "Shiny-floor shows". Soit des

spectacles de divertissement (souvent enregistrés en public et en direct) dont la mise en scène repose sur l'utilisation de plateaux lumineux en studio ("The Voice", "Danse avec les stars", etc.). "Ces dernières années, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne et la Turquie proposaient régulièrement de nouvelles idées dans ce domaine mais cette année, les Etats-Unis reviennent en force, reprend Julian Newby. "The Wall" m'a beaucoup frappé car il permet aux

chaînes de renouer avec la diversité - ce que font très bien les séries mais que ne parviennent plus à faire les autres programmes. Or les programmes de flux*, les formats, ont un avantage par rapport aux fictions sérielles : ils permettent aux chaînes de mettre tout le monde devant la télévision à un horaire fixe."

A l'image des années précédentes, peu de formats aboutis ont retenu l'attention des acheteurs. "Il est vrai que c'est compliqué depuis plusieurs années, de trouver le primetime du samedi soir. Il y a toutefois des opportunités pour l'access primetime (l'avant-soirée, NdlR.) Il faut être patient", conclut Andy Fry. Les documentaires (cf. ci-contre) ont aussi fait l'objet de nombreux accords de ventes ou de coproductions.

Aurélië Moreau, à Cannes

Bilan du MipDoc

L'histoire et la science toujours au top

Dans le top 30 des documentaires, tous genres confondus, les plus visionnés au MipDoc par les acheteurs, figurent pas moins de quinze documentaires français. *“Sur ce terrain, ce Mip a été assez porteur”, se réjouit Mathieu Béjot, délégué général de TV France International. “C’est le verdict du marché international, il y a un pouvoir d’attrait qui est toujours fort pour le documentaire français, sur des thématiques assez variées: science, histoire humaine et “current affairs”, à savoir tout ce qui a trait à l’actualité.”*

Arrivant juste derrière “Big Pacific” (ZDF), le documentaire français d’anticipation “Cyborgs amongst us” (Java Films) occupe la 2^e place. Un document américain de PBS, “The Vietnam War” occupe la 3^e marche du podium devant un autre français, “Adventures in science” (Balanga) et un doc d’histoire allemand, “Empire Builders” (Red Arrow). En 6^e position, on retrouve un film français d’anticipation, “Dream the future” (About Premium Content).

A noter la 7^e place du film “Origins: the journey of humankind” (Fox), une relecture de l’Histoire par le prisme de la médecine ou de l’argent. Viennent ensuite un documentaire scientifique “Children of the Wild” (ZDF), un portrait, “Sting, a free man” (APC) et une production allemande, “1917 – The Real October” (New Docs).

La fiction française plus en phase avec le marché mondial

Entretien Caroline Gourdin
à Cannes

Lors de cette édition du MipTV, les séries françaises ont attiré l'attention des acheteurs étrangers. S'il est trop tôt pour parler de signatures – les deals n'étant conclus que dans les jours, voire les semaines, qui suivent le marché –, la série "Missions" (AB Groupe), distinguée aux Mip-Drama Screenings et diffusée en juin sur la chaîne du câble OCS, a impressionné par son "effet de réalisme sur tout ce qui tourne autour de la planète Mars, vu le budget relativement contraint d'OCS, soit 100 000 euros par épisode", note Mathieu Béjot, délégué général de TV France International.

A l'instar de "La Forêt" ou de "Zone blanche", la saison 2 de "Dix pour cent" a été "reçue par une salle enthousiaste, mais il faut voir comment cela se traduit en ventes".

Fictions ambitieuses ou très frenchy

Cet engouement cannois témoigne de l'intérêt croissant des responsables des acquisitions pour une fiction française qui affiche "des propositions éditoriales et des thèmes plus ambitieux, des rythmes de montage plus nerveux, et des écritures davantage en phase avec ce qui devient un marché international de

la fiction. Marché qui n'existait pas il y a dix ans. Ne circulaient alors que la fiction américaine et les telenovelas", rappelle le délégué général de TVFI.

"Ce qui fait la force de la fiction française, poursuit Mathieu Béjot, c'est d'avoir un spectre assez large, avec d'un côté, l'ambitieuse 'Versailles', tournée en anglais avec des acteurs anglais qui constitue un gros carton à l'international (130 pays), y compris sur des territoires souvent

inaccessibles comme BBC2. Et d'un autre côté, les histoires très françaises peuvent intéresser les acheteurs étrangers parce qu'elles sont françaises justement, à condition de proposer des thèmes universels, comme le polar. 'Engrenages' a démarré sur BBC4 avec 200 000 télés-

"Ces histoires intéressent les acheteurs parce qu'elles sont très françaises."

Mathieu Béjot

Délégué général de TVFI.

pectateurs, pour atteindre plus d'un million d'adeptes en saison 5." La saison 6 a d'ailleurs été montrée à Cannes.

Le délégué général de TVFI fait encore remarquer que de nouveaux relais, comme les plates-formes de SVOD, permettent "de placer des fictions françaises dans des pays relativement hermétiques, comme le Royaume-Uni ou les Etats-Unis, où le public n'aime ni le sous-titrage ni le doublage. Les plates-formes charrient un public qui a envie d'originalité dans les univers, les propositions, les langues, et va aimer 'Baron Noir' ou 'Le Village français'."