

RAPPORT D'ETUDE

Créer en France un festival des séries de renommée internationale

**A destination de
Madame la Ministre de la Culture et de la Communication**

Par
Laurence Herszberg
Iris Bucher
Anne Landois

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE3

I. LES ENJEUX D'UN FESTIVAL DE SERIES DE REFERENCE INTERNATIONALE5

- 1) 5
 - a. *Multiplicité des festivals en France*5
 - b. *Tendances à l'international*6
 - c. *Leçons de ce constat*7
- 2) 8
 - a. *Répondre à l'engouement d'un large public*8
 - b. *Permettre la rencontre*9
 - c. *Toucher un maximum de public au niveau territorial*10
- 3) 10
 - a. *Un festival français pour l'industrie française*10
 - b. *Faire émerger de nouveaux talents*10
 - c. *Aider à consolider les exportations*10
- 4) 11
 - a. *Stimuler les coproductions*11
 - b. *Faire mieux circuler les œuvres*11

II. PROPOSITIONS EN DIRECTION DU PUBLIC12

- 1) 12
 - a. *Les axes forts de la programmation*12
 - b. *Donner ses lettres de noblesse au monde digital et ses nouvelles formes de création*12
- 2) 14
 - a. *Un événement parisien*14
 - b. *Un événement qui rayonne en région Ile-de-France*15
 - c. *Un événement qui s'exporte à l'international*15
 - d. *Un événement gratuit pour le public*15
- 3) 16
 - a. *A la télévision*16
 - b. *En prolongeant le festival en ligne*16
 - c. *En se plaçant sur des dates stratégiques*16

III. PROPOSITIONS EN DIRECTION DES PROFESSIONNELS17

- 1) 17
 - a. *Un espace de création pour les scénaristes*17
 - b. *Création d'un fonds de développement européen*18
- 2) 19
- 3) 19
 - a. *Screenings privés pour le marché*19
 - b. *Video-library online*20
 - c. *Espace réservé à la vente des productions françaises*20
 - d. *Un marché ?*20

CONCLUSION GENERALE ET RECOMMANDATIONS22

Introduction générale

L'engouement du public pour la série n'est plus une constatation, c'est une évidence ! Elle a aujourd'hui un écho public, critique, culturel, économique, sociologique voire diplomatique, qui dépasse désormais largement le cadre d'un simple divertissement appelé « fiction ». Elle est à la fois un art populaire par sa capacité à toucher, à interroger et surprendre les publics les plus larges. Et un art au sens pur avec sa capacité à inventer, revisiter en permanence ses thèmes de prédilection. C'est un genre capable de résonner avec la société, avec le monde et les sentiments, et de créer ainsi une cohésion sociale autour de thèmes, de styles, d'histoires dans lesquels il est possible de se reconnaître et de reconnaître ceux qui nous entourent. Elle sait questionner l'époque actuelle comme l'ont fait des séries politiques comme *Borgen*, *A la maison blanche* ou *House of cards*, offrir un regard sans concession sur des sociétés en crise avec la vague des polars scandinaves ou français, plonger dans les troubles identitaires comme l'ont fait si bien des séries israéliennes à la *Hatufim*, *False Flag* ou *Fauda*. voire apporter un regard inattendu, entre miroir et humour, à des univers méconnus du plus grand nombre comme le monde des agents à travers le succès français récent de *Dix pour cent*. voire même porter un socle de pensée avec l'exemple du monde fantastique de *Game of Thrones*. Le dirigeant du parti de gauche espagnol Podemos, Pablo Iglesias, n'a-t-il pas publié en septembre 2015 un livre intitulé *Les Leçons politiques de Game of Thrones*¹, dans lequel il interrogeait la notion de pouvoir et les politiques actuelles en se servant de la série comme base de réflexion. « *Histoire d'être en phase avec le plus large public !* » a-t-il dit alors.

La série télévisée fût longtemps une industrie essentiellement américaine, les autres territoires s'autoalimentant majoritairement. C'est aujourd'hui une industrie mondiale où des puissances traditionnelles comme l'Angleterre jouent des coudes avec des territoires ultra créatifs comme la Scandinavie ou Israël, pendant que la Turquie, l'Amérique Latine ou la Corée sont des géants de l'exportation. L'Afrique veut aussi sa part d'un gâteau qui ne fait que grandir sous l'influence de l'appétit croissant de spectateurs nomades de plus en plus curieux, ainsi que d'un nombre de chaînes et d'écrans en croissance exponentielle avec la multiplication des supports et des plateformes. Produire, exporter, adapter, coproduire – ce ne sont plus des incantations mais des impératifs pour tout pays qui veut avoir sa place dans l'échiquier audiovisuel mondial. Aux marchés traditionnels (MIPTV et MIPCOM en France, NATPE aux Etats-Unis) ou aux rendez-vous classiques (FIPA à Biarritz, Festival de la télévision de Monte-Carlo) se greffent désormais de plus en plus de rendez-vous locaux qui surfent sur cette vague : le DISCOP en Afrique, le Sichuan TV & Film Market en Chine, le Rio Content Market au Brésil et le NATPE en Hongrie. Des festivals de cinéma de référence, entre opportunisme et fascination, s'ouvrent aussi à ce genre comme Berlin ou Toronto avec

¹ Pablo Iglesias, *Les Leçons politiques de Game of Thrones*, paru le 21 septembre 2015 chez Post-éditions.

des sections spéciales et des rendez-vous professionnels. La France compte également plusieurs rendez-vous consacrés à la série².

S'inscrire dans cette dynamique est une nécessité absolue pour l'industrie française, qui souffre d'un retard de production face à ses voisins notamment allemands et anglais. En effet, l'Angleterre produit deux fois plus de fictions sérielles que la France, et l'Allemagne près de trois fois plus. Cela s'explique à la fois par l'importance prise par le cinéma dans les financements français, concentrant la majorité des initiatives, et par une habitude longtemps nationale de produire encore un certain nombre d'unitaires réservés aux *prime time* quand la plupart des autres pays donnaient toute priorité à la série. Sans oublier un manque de fictions de journée aux long cours (soaps, feuilletons hospitaliers ou jeunesse) qui limitent le volume global de production, et nuisent au renouvellement des techniques de production et des écritures.

Pourtant, si la France produit peu, les œuvres de qualité qui bénéficient d'une reconnaissance internationale se multiplient. Depuis 2012, la série française connaît en effet un renouveau, ses productions rencontrant un succès grandissant à l'étranger et étant de plus en plus exportées, adaptées et coproduites. Des séries telles que *Les Témoins*, *Les Revenants* ou *Engrenages* ont fait le tour du monde, diffusées respectivement dans 10, 25 et 70 pays. D'autres œuvres ont été coproduites au niveau européen, comme *Les Borgia* avec l'Allemagne, *Odyseus* avec l'Italie, *Tunnel* avec la Grande-Bretagne. En 2014, les financements étrangers font un bond de +67,1% par rapport à 2013 du fait de quatre séries d'envergure internationale (une seule en 2013), *Le Transporteur* (saison 2), *Panthers*, *Versailles* et *Taxi Brooklyn*, qui captent plus de 90% des préventes à l'étranger. Le service public s'ouvre désormais à la coproduction avec *The collection*, saga emmenée aussi bien par FTV, MFP qu'Amazon et BBC Worldwide.

La série est ainsi devenue pour la France un outil important d'influence, capable de véhiculer ses valeurs et de faire connaître ses paysages, son style de vie mais aussi ses produits et ses services. Au même titre que le cinéma, fer de lance de l'exportation et de la visibilité culturelle. Il apparaît comme d'autant plus urgent et légitime de soutenir et de stimuler son industrie que des talents sont ainsi à développer et qu'ils sont à même de servir des intérêts nationaux, aussi bien culturels que financiers. En 2011, les préventes des séries à l'international ont ainsi été de 18,9 millions € et l'apport de coproducteurs étrangers de 17,8 millions €, soit un total de 36,6 millions €. Les ventes sur le marché international se sont élevées à 20 millions €. Des mesures comme le crédit d'impôt permettent également de favoriser la création et les emplois, notamment par l'organisation de tournages localisés en France.

Terre de festivals, la France possède un savoir-faire et des atouts importants pour la mise en œuvre d'un événement de référence internationale dédié à la série. Ainsi ne doit-elle pas manquer l'opportunité de s'inscrire dans cette dynamique porteuse à la fois pour son rayonnement culturel et pour son industrie.

² Cf. aux annexes 2 et 3 sur les événements existant autour de la série télévisée

I. Les enjeux d'un festival de séries de référence internationale

1) Constat : multiplicité des festivals en France et concurrence internationale

a. Multiplicité des festivals en France

☞ En France, plusieurs festivals dédiés au secteur audiovisuel donnent une place à la série.

Le Festival international des Programmes audiovisuels (FIPA), organisé à Biarritz depuis bientôt vingt ans, est ainsi un événement consacré à tous les genres de la création audiovisuelle, principalement le documentaire mais également la série télévisée et l'unitaire. 15 programmes de série ont été montrés au public lors de sa dernière édition. Le FIPA Industry propose aux professionnels des conférences, des séances de pitch et l'accès à une video-library qui reprend la sélection du festival.

Le Festival de Luchon, organisé en février, rebaptisé récemment Festival des créations télévisuelles de Luchon, inclue désormais une section documentaire importante et grâce à sa proximité géographique avec l'Espagne un volet espagnol avec quatre séries ibères proposées. A côté de nombreux unitaires, ont été présentées en 2016 six fictions sérielles et six web séries. Ce festival a fait le choix de ne pas inclure de volet professionnel à sa formule.

Le Festival de la fiction TV de La Rochelle rassemble au début de septembre tout le monde de la fiction française ; les chaînes françaises ont longtemps profité de cet événement pour y présenter leur politique fiction. La sélection, avec entre autre une compétition officielle, propose unitaires, séries, miniséries et web séries. Le festival se tourne depuis quelques années vers l'international, essentiellement l'Europe et le Québec. Cependant le festival, comme son public, reste très majoritairement franco-français.

→ La France accueille deux festivals qui ont la particularité d'être entièrement consacrés au genre de la série. Le festival Séries Mania, initié en 2010 par le Forum des Images, base sa programmation exclusivement sur les séries, web et télévisées. En 2015, 50 fictions issues de 19 pays différents ont été présentées au public en présence de leurs créateurs et équipes artistiques.

La partie professionnelle du festival propose des conférences, des work-in-progress, des line-ups, une video-library à la programmation élargie par rapport à celle du festival, des projections privées et surtout une session de pitch de projets de série en développement : le Forum européen de coproduction.

Le festival Séries Series de Fontainebleau ouvert au public, créé en 2012 par l'agence Kandimari, se déroule fin juin, début juillet. Il accueille un volet professionnel qui n'est pas axé business et qui donne une grande importance aux études de cas, ainsi qu'à l'écriture et au développement artistique. Lors de sa dernière édition, le festival a présenté 15 œuvres inédites ou connues du public, certaines en présence de leur équipe créative, ainsi que beaucoup de work-in-progress. L'European Series Summit, initié en 2015, a pour objectif de permettre des rencontres sur mesure entre créateurs européens de séries.

b. Tendances à l'international

→ Le panorama se diversifie et se complexifie de plus en plus. On trouve toujours des rendez-vous traditionnels comme le festival de Monte-Carlo, très tourné vers la fiction américaine et les stars hollywoodiennes. Mais celui-ci manifeste désormais son intention d'élargir sa formule en y ajoutant un volet professionnel, et d'ouvrir son spectre à la série internationale. Il cherche par ailleurs à conserver son aspect gala avec tapis rouge et séances d'autographes avec les stars.

Le festival de Genève Tous Ecrans au rayonnement international pour l'instant modeste avance une identité plus culturelle, plus analytique de la série et couvre à la fois les secteurs audiovisuel et digital, avec une programmation internationale.

Le Festival international du Film de Rome, qui a repris son nom historique de Rome Film Fest pour sa nouvelle édition, est un festival de cinéma qui présente également des programmes de séries télévisées. Depuis 2015, il développe un marché, le Marché International de l'Audiovisuel (MIA). Il s'agit d'un espace de vente généraliste qui présente aussi bien des œuvres de cinéma que des séries, des documentaires ou des jeux vidéo. Que ce soit du côté du cinéma ou de la télévision, et de la série en particulier, Rome essaie depuis des années de se placer dans le calendrier professionnel et artistique.

Aux Etats-Unis, à côté d'un pur marché régional (le NATPE de Miami en février) qui n'a jamais eu l'écho des MIPCOM et MIPTV, ou des L.A. Screenings en mai (une présentation des pilotes de séries aux acheteurs internationaux), on note une volonté de médias professionnels anglo-saxons (le magazine C21) de monter des rendez-vous ciblés production et coproduction qui veulent séduire aussi des décideurs internationaux.

A Los Angeles également, la manifestation de la région Ile-de-France Direct to Series, organisée début novembre, se veut une vitrine de la fiction française à Hollywood avec séances de pitch et présentation des derniers succès tricolores.

Grande nation productrice de séries, le Royaume-Uni ne compte pas de rendez-vous dédié sur son sol à l'exception d'une manifestation franco-britannique d'initiative française, Totally Serialized. Organisée en janvier à Londres depuis 2011, cette manifestation a notamment pour but d'œuvrer au rapprochement entre la France et l'Angleterre dans le domaine de la coproduction de séries. Lors de sa dernière édition, sept programmes ont été présentés au

public, notamment des succès récents non encore acquis sur ce territoire comme *Dix pour cent* et *Baron Noir* ou la coproduction franco-britannique *Tunnel* (saison 2).

A noter également le London Drama Summit organisé par le magazine C21 avec une orientation à la fois très britannique (avec line up des principales chaînes) et européennes.

→ Depuis quelques années, sont nés aussi de multiples rendez-vous professionnels autour de la fiction : la section TV Drama Vision Göteborg en Suède, le Rio Market Content au Brésil, le DISCOP Abidjan en Afrique, un NATPE Europe de l'Est en Hongrie et un DISCOP Istanbul tout comme la très récente initiative allemande Serien camp qui a eu lieu en octobre 2015 à Munich pour la première fois.

→ Ces événements nés des acteurs de la télévision sont fortement concurrencés par l'arrivée sur ce segment de festivals internationaux de cinéma de premier plan qui ont ouvert leur programmation à l'art de la série. Ainsi, Toronto propose depuis un an une section sérielle avec une sélection en lien avec un talent du monde du cinéma, que ce soit du côté de la réalisation ou de la production. Noyée dans une programmation cinéma déjà très riche (400 films proposés), cette tentative avec quatre séries et un documentaire a été modeste, mais Toronto veut poursuivre l'expérience et lui donner plus de place.

Berlin s'inscrit dans la même tendance, ainsi que son marché l'EFM qui s'est aussi ouvert en 2015 à la série avec une démarche ouvertement professionnelle. Des séries y sont présentées en avant-première (15 en 2016, la plupart en Market Screenings) et un rendez-vous est consacré à la coproduction en association avec Séries Mania.

On retrouve Séries Mania dans deux autres initiatives extra-européennes. En novembre 2015, à la demande du Festival du Nouveau Cinéma de Montréal, une carte blanche a été donnée à la manifestation parisienne avec cinq séries de sa sélection proposées au public québécois et exposées par l'équipe du festival.

A la demande de l'ACMI, un établissement culturel australien situé à Melbourne qui organise entre autre le plus grand festival de cinéma local, Séries Mania travaille également sur une édition locale du rendez-vous parisien pour l'été 2016. Ce sera alors le premier événement consacré à la série dans le monde Asie-Pacifique.

c. Leçons de ce constat

→ Si les deux univers commerciaux du cinéma et de la télévision restent séparés, entre autre sur la question capitale des structures de vente et de représentation, une passerelle s'est déjà formée entre ces deux domaines du point de vue créatif. Ce phénomène s'explique notamment par le fait que des réalisateurs de cinéma s'adonnent de plus en plus à l'art de la fiction sérielle, et que les acteurs passent d'un univers à l'autre sans plus de tabou. Aussi, si on peut considérer que ces festivals de film ne sont pas légitimes pour représenter un genre issu de la télévision du fait de leur allégeance historique au cinéma, il faut leur reconnaître une volonté d'être dans l'air du temps, de capitaliser sur un phénomène et d'avoir un parti

pris stratégique. En effet, ils espèrent pouvoir proposer un jour à la série la même force de promotion publique et critique qu'à un film remarqué et primé dans un festival. Soit une rampe de lancement parfaite pour une œuvre qui doit ensuite démarrer sa carrière commerciale. Si l'alchimie se réalise, un festival de cinéma se placera de fait comme un concurrent direct de tout événement qui viendrait se positionner sur le secteur de la série.

→ L'éparpillement français, avec des événements qui se chevauchent presque parfois, ne permet pas d'avoir une taille critique suffisante pour concurrencer ces grands festivals. Il est nécessaire de concentrer nos moyens et nos savoir-faire pour développer un événement apte aussi bien à rassembler le public qu'à donner un outil marketing de grande ampleur à la série télévisée. Le volet professionnel de cet événement sera en effet capable de soutenir la production, de stimuler la vente et l'exportation des programmes, d'être un tremplin pour les projets innovants portés par de nouveaux talents ainsi qu'un lieu d'échanges et de networking incontournable pour les professionnels. Ceci doit se faire maintenant, au moment crucial où l'industrie de la fiction en France se transforme avec la puissance de proposition d'entités nationales indépendantes très créatives (Haut et Court TV, Makeover, Tetra Media Studio, Wild Bunch TV...), de puissantes sociétés d'essence cinématographique qui se déploient avec succès dans la série (Gaumont, EuropaCorp, Quad, Fidélité, Mandarin, aujourd'hui UGC) et les ambitions d'expansion des filiales tricolores de géants mondiaux comme Shine, Endemol ou Fremantle. La nécessité d'un événement « écrin » de la série française répond donc à des réalités tout autant artistiques qu'industrielles et commerciales.

2) Nécessité de créer une manifestation populaire à l'échelle du territoire

a. Répondre à l'engouement d'un large public

→ En France, la série est un des programmes les plus regardés à la télévision. En 2013, l'ensemble des chaînes publiques et privées françaises³ ont diffusé 98 311 heures de fiction, tous genres confondus (téléfilms, films, séries, animations et courts métrages), soit 57,6% de la diffusion télévisée totale, estimée à 170 642 heures. Sur ces heures de fiction, 48 739 heures sont de la série, soit 28,6% de la diffusion. La série est donc majoritaire sur les téléfilms (4%), les films (15,2%), l'animation (9,6%) et les courts métrages (0,2%)⁴. A noter également qu'en 2014, la part des séries dans la production de fiction par chaîne s'établit en volume horaire à 48,8% pour Arte, 72,8% pour France 2, 79,8% pour France 3, 91% pour Canal+, 96,2% pour TF1 et 100% pour M6⁵. La part de la série va encore augmenter dans les prochaines années : France Télévisions a annoncé l'ouverture de nouvelles cases, en seconde partie de soirée ainsi qu'en access le week-end, M6 relance sa production en prime et la TNT

³ Statistiques établies suite aux données de 20 chaînes françaises, dont France 2, France 3, France 5, Arte, M6, TF1, Canal+, Teletoon, Paris Première, RTL9, 13^{ème} rue...

⁴ Etude de l'Observatoire de l'Audiovisuel sur *La fiction sur les chaînes de télévision en Europe de 2006 à 2013*, dirigée par André Lange.

⁵ 12^e baromètre de la création TV, publié par l'APA en 2015.

devra, avec sa montée en puissance, se lancer dans ce type de production. A remarquer aussi que la fiction française est à nouveau en phase avec son public. Depuis deux saisons, les succès sont multiples et variés. Les formats de séries sont diversifiés, on ne trouve pas seulement des séries à épisodes bouclés type *Section de recherche* ou *Candice Renoir* mais également des mini-séries, qui s'achèvent en 6 ou 8 épisodes, voire 3 pour certains programmes d'Arte. Cette diversité des genres répond aux différentes attentes d'un public toujours plus nombreux.

→ **Genre multiforme et populaire, la série rassemble un public varié.** Un festival de séries est d'abord un événement populaire, qui s'adresse à un public de tout âge et de toute origine sociale. Il réunit bien sûr les fans du genre, le public cible de ce type de festival, mais également un public beaucoup plus large attiré par le côté événementiel et ludique de la manifestation, et la promesse de voir en avant-première des programmes en présence de ceux qui les font. Alors que la série ne s'est jamais autant consommée de façon « individuelle », le festival permet de vivre une expérience collective, toujours potentiellement riche en émotions. Enfin un tel festival est à même d'intéresser et d'accueillir un public de scolaires amené par des enseignants qui ont bien conscience du potentiel pédagogique de ce genre spontanément populaire auprès de leurs élèves. Ils pourront ici s'ouvrir à d'autres découvertes dans le cadre d'une programmation qui se voudra construite, éditorialisée et décryptée.

→ **Les professionnels ont tout à gagner avec un festival qui mettra en avant leur production.** Cette manifestation, capable donc de rassembler un large public, offrira aussi aux séries présentées une rampe de lancement unique. Il sera un atout marketing sans équivalent, permettant à la fois de tester une série et d'être au plus près de son cœur de cible avec un retour immédiat, et de faire naître le buzz, indispensable dans un univers où le public est « sur-sollicité ».

b. Permettre la rencontre

→ **Le festival est le format par excellence de la rencontre.** Un festival de séries télévisées présente de ce point de vue un intérêt tout particulier dans le sens où il brise le média froid de la télévision pour permettre non seulement aux auteurs de rencontrer leur public, mais aussi au public de se rassembler pour regarder ensemble des œuvres que chacun regarde habituellement seul derrière son écran. La salle noire de cinéma, cet espace qui fédère et crée le temps d'une séance un public uni, vivant ensemble un même moment, est le cadre d'un festival qui rompt avec les modalités de supports devenus individualistes, tels que la télévision, l'ordinateur, le smartphone ou la tablette. La série est particulièrement à même de créer ce lien social car, lorsqu'une série est réussie, elle devient vite un sujet populaire de conversation et ceux qui n'auraient pas vu les programmes sont tentés de rattraper leur diffusion grâce au replay, dont les chiffres sont en constante augmentation. Un festival participe ainsi à ce phénomène de partage et d'engouement collectif.

c. Toucher un maximum de public au niveau territorial

→ Un tel événement doit pouvoir s'étendre et atteindre des publics géographiquement plus éloignés de la culture. Fédérer et rassembler, c'est aussi permettre l'inclusion de publics qui d'habitude ne bénéficient pas de ce genre de manifestations événementielles. Rayonner sur un territoire plus large que son épiceutre culturel, c'est se donner la possibilité de réunir un public toujours plus large et varié.

3) Faire connaître les talents français et stimuler notre industrie

a. Un festival français pour l'industrie française

→ On est toujours plus fort sur son territoire ! L'aura du Festival de Cannes rejaillit sur tout le cinéma français car l'hexagone accueille le plus grand festival du cinéma du monde ainsi que le plus important marché planétaire de films. Si la France veut promouvoir ses productions et stimuler ses exportations sérielles, elle n'a pas de meilleure stratégie que d'organiser un événement sur son propre territoire. Surtout à un moment où sa production nationale est revitalisée, portée par des acteurs actifs aux velléités internationales assumées. C'est de cette façon qu'elle sera le plus à même de mettre en avant sa culture, ses œuvres, ses talents, et ainsi d'orienter la manifestation et ses retombées à son avantage.

b. Faire émerger de nouveaux talents

→ L'écriture, qui est la première étape du développement et de la production de la série, est l'étape la plus fragile en France en raison de son sous financement. Il faut aider les scénaristes et permettre l'émergence de nouveaux talents. L'existence d'un espace où échanger et créer est une étape essentielle pour l'évolution de la qualité et du nombre des productions françaises. Un festival, qui se veut et se doit de proposer le meilleur de la production internationale, sera aussi un excellent poste d'observation pour juger, jauger et comparer avec qui se fait ailleurs.

c. Aider à consolider les exportations

→ Si la France exporte de plus en plus ses productions à l'international, elle reste en-deçà de ses voisins européens. En 2015, selon les chiffres de TVFI, les ventes de fiction françaises ont bondi de 49,3% pour atteindre un chiffre d'affaires de 38,9 M€. Il s'agit de la 4e année de hausse pour la fiction, qui détrône à la deuxième place des genres les plus exportés le documentaire, malgré une progression de ce dernier. Ces chiffres ont été portés par le développement de séries internationales telles *Transporteur*, *Taxi Brooklyn*, *Versailles* et *Panthers*, mais aussi par des séries policières françaises comme *Les témoins*, *Profilage* ou *Engrenages*. C'est toute une palette qui porte la hausse de cette fiction. Cependant ces

chiffres restent en-deçà de nos voisins européens, et en particulier l'Allemagne, l'Angleterre et les pays scandinaves. Un événement qui se pose comme lieu de rendez-vous incontournable pour les professionnels du secteur, français et internationaux, est donc un moyen de stimuler ces exportations en offrant un miroir à la production locale qui pourra être découverte par les professionnels internationaux présents.

4) Contribuer à l'essor d'un véritable marché européen de la série

a. Stimuler les coproductions

→ La coproduction est un enjeu majeur pour les industries françaises et européennes. Dans un contexte financier de plus en plus contraint, et dans un univers où les standards d'exigence n'ont jamais été aussi élevés, la coproduction est un passage de plus en plus fréquenté, une possibilité qui doit faire rimer intégrité artistique, vrai échange culturel et réalisme budgétaire. Les séries très ambitieuses représentent des coûts lourds et nécessitent des financements plus importants que les productions locales traditionnelles. Ce système facilite également l'entrée de petits acteurs qui ne pourraient soutenir financièrement des projets de grande envergure. Avoir un lieu qui pourra les faire naître, susciter des rencontres et des projets, et un jour servir de tremplin pour un lancement est donc indispensable⁶.

b. Faire mieux circuler les œuvres

→ La fiction européenne, qui fait face partout aux mêmes enjeux et ne cesse de progresser qualitativement, voyage pourtant mal entre ses frontières. Les cultures sont pourtant proches et les centres d'intérêt souvent communs. Mais à de trop rares exceptions, ces séries circulent encore peu en Europe malgré de vraies avancées. Pour doper cet univers, il faut donc un espace ouvert qui sera à la fois un centre d'exposition du meilleur de la production, un espace de contacts et d'échanges, ainsi qu'un espace de vente ouvert aux vendeurs français, européens et internationaux. Il s'agit ainsi de favoriser une vraie diversité européenne sérielle sur tous les écrans, et d'étendre la circulation des œuvres européennes en Europe comme à l'international.

⁶ A noter que coproduction ne rime pas forcément avec standardisation (le spectre du fameux « euro-pudding ») : des œuvres ancrées fortement dans leur territoire en langue locale peuvent être coproduites par des préachats de distributeurs ou de chaînes étrangères, à l'instar de la série suédoise *Jordskott* acquise par le distributeur anglais ITV Studios et pré-vendues dans plusieurs pays lors de sa présentation au Forum de coproduction de Séries Mania en 2014. C'est un exemple du « local goes global » porté par ces nouvelles formes de coproductions.

II. Propositions en direction du public

1) Proposer un festival vivant, interactif et innovant

a. Les axes forts de la programmation

→ A l'instar des festivals de cinéma, des séries qui n'ont encore jamais été diffusées, ou bien alors seulement dans leur pays d'origine, seront montrées pour la première fois au public lors d'avant-premières mondiales. Elles seront sélectionnées par un jury international prestigieux et feront l'objet d'une remise de prix. Ces avant-premières seront ainsi l'occasion d'une couverture médiatique pour les nouvelles séries, et permettront des retombées marketing bénéfiques pour le secteur.

Plusieurs autres compétitions et remises de prix seront organisées, tels le prix des spectateurs, celui de la presse, celui des internautes et/ou des blogueurs. Ces événements sont l'occasion de capter l'intérêt au niveau international, et donnent une dimension glamour au festival.

Ce sont des initiatives déjà validées par Séries Mania, qui les a inscrites au menu de son édition 2016, notamment avec le lancement d'une compétition internationale jugée par un jury international, à la fois prestigieux et professionnel, qui donnera une aura particulière au palmarès et constituera un relais de notoriété auprès du public.

→ L'occasion sera donnée au public de rencontrer les grands noms de la série lors de débats et de discussions organisés suite aux séances. Des masterclass menées par une personnalité du milieu de la série télévisée, le plus souvent un scénariste ou un réalisateur, offriront également l'opportunité pour le public de découvrir plus en profondeur une œuvre.

Là encore, Séries Mania, Séries Série ou le festival de La Rochelle, à des échelles diverses, ont prouvé l'appétence du grand public pour ce type de rendez-vous qui expliquent, décryptent et permettent un vrai échange entre le public et les créateurs.

b. Donner ses lettres de noblesse au monde digital et ses nouvelles formes de création

→ La série digitale est une nouvelle forme de création audiovisuelle. A partir d'une forme sérielle, basée sur la dépendance du spectateur, celui-ci s'extrait de la grille trop stricte des programmes des chaînes télévisées et s'éloigne du visionnage « sédentaire » et collectif des programmes à la télévision. Se développe une consommation « nomade » et individualiste, disponible sur les téléphones portables le temps d'un trajet. Le jeune public, toujours plus connecté et demandeur de liberté dans ses pratiques de visionnage, est particulièrement sensible à cette évolution et à ses créations que l'industrie soutient en augmentant ses

investissements. Canal +, France Télévisions et Arte investissent en effet de plus en plus dans ce secteur et font naître de vraies nouvelles écritures. Il existe une curiosité croissante pour la fiction sérielle digitale, vue comme plus débridée, souple et addictive.

→ Trois grandes tendances peuvent être distinguées dans les nouveaux processus créatifs du monde digital :

- Le développement de plateformes de visionnage en ligne qui sont en partie indépendantes des chaînes de télévision et de leur production. Netflix est à la fois un site de diffusion de séries et de films faits pour d'autres médias (le cinéma, la télévision), et un studio qui crée ses propres productions originales, pour le web. La nouvelle série française *Marseille*, écrite par Dan Franck et co-réalisée par Florent Siri et Thomas Gilou sera au printemps la première production tricolore produite par cette plateforme qui la lancera simultanément en langue originale dans plus de 160 pays. Leader du marché avec plus de 70 millions d'abonnés, Netflix est imité par d'autres géants du web dans cette course à la création de contenus. Apple a créé AppleTV et Amazon a déjà prouvé les compétences de son Amazon Studio en remportant en 2015 le Golden Globes de la meilleure série de comédie pour *Transparent*. Le réseau social YouTube reste également une des plateformes les plus utilisées pour la diffusion de webséries. En France, ce phénomène des webséries est particulièrement bien accueilli et les créations de ce type ne cessent d'augmenter sur le web. Le collectif de création Golden Moustache, dont la chaîne YouTube est suivie par plus de 2 millions d'internautes, est un exemple du succès français de ce phénomène⁷.

- Le développement de la diffusion mobile et des nouvelles formes de création qu'elle engendre. En 2014, Canal+ a créé une nouvelle division, Canal OTT, chargée de déployer son offre télévisuelle aux modes de consommation mobiles. Studio+ a ainsi produit de nouvelles œuvres spécialement pensées pour ce type de diffusion, dans des formats d'épisode de 10 minutes. Une dizaine de tournages seraient en cours⁸. De plus, Canal+ a annoncé la naissance d'un service de vidéo sur mobile pour les Africains francophones, en partenariat avec Iroko, spécialisé dans les contenus africains en ligne. Jacques du Puy, président de Canal+ Overseas, explique que ce service a pour objectif de toucher un marché "extrêmement prometteur de plus de 250 millions de francophones répartis dans 23 pays et dans lesquels l'internet mobile connaît une croissance exponentielle (environ 165 millions de smartphones en circulation d'ici 2020)". A noter que ce type d'offre, s'il peut correspondre à des usages communs des utilisateurs (visionnage le temps d'un trajet par exemple), est particulièrement attractif pour un public "dont le smartphone constitue le seul moyen d'accès au divertissement"⁹, soit un public majoritairement situé dans des pays dits émergents, où l'accès à la télévision et l'ordinateur est encore limité.

⁷ <http://www.goldenmoustache.com>

⁸ Source : <http://www.lefilmfrancais.com/television/126165/le-1er-showeb-series-fait-le-plein>

⁹ Source : <http://www.lefilmfrancais.com/digital/125767/canal-s-allie-iroko-pour-la-video-sur-mobile>

- La naissance de productions sérielles faites pour des réseaux sociaux tels que Snapchat, Vine ou encore Instagram. Egalement pensées pour le support mobile, elles se distinguent des productions de chaînes telles que Canal+ en se destinant à des usages encore plus courts et ciblés. Depuis le 2 février 2016, une série au format de 15 secondes est diffusée sur Instagram sous le titre de *Shield 5*. Il s'agit d'une série policière de 28 épisodes par saison, soit une intrigue devant se développer dans un temps de 7 minutes au total. L'entreprise de création transmedia Ankama produit également deux projets de très court format destinés à Snapchat et Vine, *Maniki* pour les jeunes adultes et *Chacha* pour les enfants et la famille.

Aussi un festival dédié aux séries, à toutes les séries, doit exposer et questionner ces nouveaux phénomènes en leur consacrant des sections spécifiques et des rendez-vous grands publics portés sur les univers créatifs de ces nouveaux programmes et leurs méthodes de production et de financement.

2) Aller à la rencontre d'un public diversifié

a. Un événement parisien

→ Toucher un large public implique de prendre place dans une ville de taille conséquente et réputée au niveau international. De ce point de vue, Paris semble être le lieu naturellement indiqué pour accueillir une telle manifestation. 80 % des producteurs, des financements, des diffuseurs de séries se trouvent en Ile-de-France, de même que 100% de ceux qui se consacrent aux acquisitions de programmes.

→ Les infrastructures parisiennes permettent à la fois une manifestation d'ampleur entre ses murs et un rayonnement dans ses environs. Le public est présent, déjà formé en partie par le festival Séries Mania et qui va sortir de ses « murs » historiques en 2016 pour s'étendre dans d'autres espaces comme le Grand Rex ou l'UGC Ciné Cité Les Halles pour répondre à la demande croissante du public. C'est une ville réputée mondialement, à l'attrait touristique incontestable et à l'accès facile pour les professionnels étrangers. Or, comme elle l'a prouvé dans la musique ou les arts en général, cette attractivité de la capitale, son aura internationale, son appétit audiovisuel, sa tradition d'ouverture culturelle et de modernité, est un élément non négligeable pour porter la communication et l'image d'un festival consacré aux séries.

→ Des salles prestigieuses et emblématiques de la ville de Paris, comme l'Olympia, le Grand Rex et le MK2 Grand Palais, pourront accueillir des moments forts de l'événement. La cérémonie d'ouverture et celle de clôture s'y dérouleraient. Ce sera notamment le moyen de donner au public mixte du festival, les spectateurs et les professionnels, une démonstration des capacités d'accueil et du potentiel de la capitale en tant que grande organisatrice d'un événement international.

→ Des espaces conséquents sont aptes à se consacrer à cet événement, comme le prouvent déjà le Forum des Images, l'UGC Cine-Cité des Halles et d'autres salles parisiennes. Ce sera l'opportunité de profiter de la diversité du public de ces salles et de leurs attractivités différentes.

→ Les lieux réservés aux professionnels pour favoriser rencontres et échanges seront également investis.

Cependant il ne faut pas négliger la difficulté d'assurer la notoriété et la visibilité d'un festival dans le foisonnement et la richesse culturelle de Paris et des moyens conséquents seront nécessaires pour y parvenir.

b. Un événement qui rayonne en région Ile-de-France

→ Un festival d'ampleur n'a pas vocation à rester confiné dans un lieu unique. Si le cœur doit être à Paris pour favoriser la rencontre entre le public et les professionnels, il ne doit pas se concentrer sur Paris exclusivement. La culture et les artistes doivent aller à la rencontre des territoires et des publics géographiquement plus éloignés de la culture et des événements festifs. Avec le soutien souhaitable de la région Ile-de-France, la partie grand public du festival devra exister dans d'autres salles de la région et être capable de rayonner, à l'instar des tournées de programmes mis en place dans leurs régions respectives par les festivals d'Annecy et de Clermont-Ferrand. Il faut amener ce festival dans d'autres espaces de la région, là où le public a peu l'habitude de ce type d'événement.

c. Un événement qui s'exporte à l'international

→ Un festival de référence internationale de la série télévisée doit être capable de s'exporter et de trouver son public sur plusieurs territoires. Pour accroître le rayonnement de cet événement français, il ne faut pas hésiter à l'exporter hors de nos frontières. Plusieurs pays étrangers ont déjà manifesté leur désir d'être partenaire d'un événement lié à la série. L'Australie voudrait présenter une sélection de programmes, et le Festival du Nouveau Monde de Montréal a désormais offert une Carte blanche à Séries Mania. Israël s'est également montré intéressé pour participer à ce qu'on pourrait considérer comme une nouvelle forme de festival, non plus locale mais réellement internationale. C'est là l'occasion de créer un label qui s'exporte. La France a de plus un vrai savoir-faire en matière d'ingénierie culturelle. L'organisation d'un festival de la série à portée internationale sera une autre façon de le réaffirmer tout en mettant en avant les productions nationales.

d. Un événement gratuit pour le public

→ La gratuité d'un tel événement permet de le rendre plus accessible et populaire. Prendre comme principe la gratuité permet d'élargir le nombre possible de spectateurs, ainsi que leur

statut socio-économique. L'événement gagne ainsi en popularité et répond par un nouveau biais à son objectif de cohésion sociale et de lieu de rencontre d'un public très diversifié.

→ Suite aux accords professionnels régissant les relations avec les studios américains mais aussi les accords avec les ayants droit britanniques, le festival ne peut être que gratuit. La projection au cinéma d'une série télévisée est considérée comme étant à visée promotionnelle, et ne peut être payante du point de vue des ayants droits de ces deux pays majeurs. Cet aspect sera néanmoins réinterrogé en fonction de l'évolution des législations et des pratiques.

3) Développer sa notoriété

a. A la télévision

→ Certains moments forts du festival seront retransmis à la télévision. Les cérémonies d'ouverture et/ou de fermeture seront notamment l'objet d'une retransmission télévisuelle via une chaîne partenaire.

Des contacts ont déjà été établis en ce sens.

b. En prolongeant le festival en ligne

→ Un festival dédié aux mondes audiovisuel et digital doit avoir une présence en ligne. Il est notamment envisageable d'offrir aux spectateurs la possibilité de voir en ligne la suite des séries qu'ils auront découvertes lors du festival, sous réserve de la négociation forcément lourde des droits.

Cet aspect du festival devra être développé.

c. En se plaçant sur des dates stratégiques

→ Choisir les bonnes dates pour un événement à la fois public et professionnel est complexe. Or, il semble qu'il n'y ait pas de dates particulièrement opportunes pour un festival dédié aux séries. Les pratiques de diffusion sont différentes d'un pays à l'autre, et seule la France a longtemps eu tendance à avoir une date de rentrée autour de septembre-octobre. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, avec un marché alimenté toute l'année, en particulier en Angleterre où de nouvelles séries sont lancées en continu tout au long de l'année ou aux USA où les séries de *mid-season* (janvier-mars) et les *summer shows* sont aujourd'hui aussi forts que les traditionnelles séries de rentrée à l'automne. On a constaté aussi en préambule que le calendrier tricolore des événements autour de la fiction est déjà très dense. Et il faut exclure d'emblée les mois d'été, peu propices à une large fréquentation en salle.

→ Deux périodes apparaissent pertinentes à étudier : fin mars début avril, période à laquelle se déroule Séries Mania et qui est proche des dates du MIPTV à Cannes ; et septembre-octobre, dates de la « rentrée » française classique post-estivale, mais déjà surchargée d'événements (festival de La Rochelle, MIPCOM à Cannes, le Rendez-vous de TVFI à Biarritz...).

III. Propositions en direction des professionnels

1) L'écriture

a. Un espace de création pour les scénaristes

→ Sur le modèle de la Cinéfondation rattachée au festival de Cannes ou des ateliers d'Anger, une initiative de mise à disposition de résidences sera pensée pour les auteurs de séries. On ne peut pas envisager de créer un festival de séries sans mettre l'accent sur les scénaristes. Toutes les grandes séries actuelles sont nées de l'univers créatif des scénaristes qui les ont écrites. La popularisation des séries a modifié l'équilibre des différents acteurs de l'audiovisuel en mettant les scénaristes au premier plan. L'ambition d'un festival comme celui-ci doit être aussi de mettre en avant ce phénomène artistique et de faire éclore de nouvelles écritures. En ce sens, cette activité régulière tout au long de l'année s'inscrit dans la filiation naturelle de l'événement et sa volonté assumée de faire exister l'ensemble de la filière.

Les résidences d'écriture pourront prendre place en juillet dans des lieux déjà identifiés comme le Moulin d'Andé et/ou le Château de Fontainebleau et serviront d'incubateurs de pensées. Les scénaristes sélectionnés bénéficieront ainsi d'un environnement propice au travail d'écriture, à l'échange et à la réflexion. Il s'agira de construire un environnement propice au développement de projets personnels créatifs tout en établissant un lien avec producteurs et diffuseurs.

→ Ce projet sera fait en collaboration avec des sociétés d'auteurs telles que la SACD, ainsi qu'avec des écoles de l'audiovisuel comme la Fémis à Paris, institution prestigieuse qui a ouvert en 2015 une filière consacrée à l'écriture de séries, et la Ciné Fabrique de Lyon ou le CEEA fondé spécifiquement pour former des scénaristes de télévision. Sur un travail à l'année, un appel à projet sera lancé, sous le pilotage d'une équipe spécifique. La sélection, puis un an plus tard la restitution d'un certain nombre de projets pourront être effectuées pendant le festival devant les producteurs et diffuseurs accrédités.

Une collaboration avec Serial Eyes, qui organise des programmes intensifs de 8 mois sur l'écriture pour de jeunes auteurs européens, et créés à l'initiative de German Film et de la Télévision Academy Berlin (DFFB) en partenariat avec la London Film School, est également à l'étude.

A noter la création d'un incubateur de formats par Philippe Chazal visant à encourager entre autres l'émergence de projets de séries TV et qui pourrait trouver une expression au sein du festival.

Ces initiatives verront à renforcer le développement de scénaristes européens et donneront également une part importante aux talents français. Elles pourraient s'appuyer sur le savoir-faire de l'équipe du festival Séries Series.

b. Création d'un fonds de développement européen

→ La partie la plus difficile à financer d'un projet reste celle d'écriture. Avant d'obtenir l'accord d'une chaîne et de pouvoir développer le projet, les auteurs procèdent à la première étape de création, décisive, en rencontrant un grave problème de rémunération. Il existe déjà un Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle (FAIA) qui a été mis en place afin de favoriser la création et l'innovation pour la télévision et ce pour les trois genres suivants : fiction, animation, documentaire de création. Il ne rencontre pas pour l'instant le succès escompté mais pourrait être utilement redynamisé. Il faudrait réorienter son développement vers des projets de séries plus opérationnels, veiller à associer les producteurs interlocuteurs indispensables des auteurs le remédier et un festival serait un moyen excellent pour le faire. La création d'un fonds de développement européen qui permettra l'émergence de talents et de projets européens à même de se rapprocher des moyens financiers des shows américains est également nécessaire. Les organismes de financement européen auraient intérêt à se rassembler pour créer un tel fonds.

→ La France et l'Allemagne se sont montrées précurseurs en initiant une collaboration bilatérale ayant pour objectif de mettre en place un fonds d'aide au développement de projets franco-allemands. Le CNC a pris cette initiative en créant un fond franco-allemand avec quatre Länder. La première commission de ce fonds s'est tenue début février à Berlin 2016, marquant l'intérêt de deux des plus grands pays d'Europe pour une initiative jugée essentielle dans l'évolution positive du cadre de travail des auteurs. D'autres fonds existent actuellement, tels que le Wallimage belge, le Copenhagen Film Fund, le Nordsik Film & TV Found, le Moving Sweden, ainsi que beaucoup d'initiatives locales. Face à ces différents schémas de financement, il s'agit d'initier un processus européen de synergie visant à mettre en place un fond commun pour le secteur de la série européenne.

→ Cette initiative devrait être étendue et associer en particulier les pays de l'Europe de l'Est, dont la production est de plus en plus émergente grâce notamment à l'action de HBO Europe. Israël est également un pays à forts talents scénaristiques et dont les capacités de production sont mesurées. L'Europe aurait tout intérêt à contrer leur tropisme américain et à leur permettre de développer leurs talents. Le Festival serait à la fois un catalyseur, un lieu d'échanges et un écrin.

Là encore, cette initiative distincte des activités d'un festival s'inscrit dans le cadre du développement de la fiction européenne et pourra trouver des échos dans l'activité de l'événement.

2) La coproduction et les échanges professionnels

→ Le succès du Forum de coproduction mis en place par *Séries Mania* en 2013 montre que les décideurs s'engagent dès l'étape d'écriture. Il faut renforcer ce dispositif qui permet de repérer les projets très en amont et de conclure ainsi les accords financiers et professionnels permettant aux projets de se développer.

Ce Forum de coproduction accueille plusieurs projets européens à la recherche de partenaires financiers, sélectionnés parmi des candidatures. Ces projets sont pitchés aux décideurs de l'industrie TV européenne et internationale (producteurs, distributeurs, chaînes de télévision, fonds publics et privés), et des rendez-vous one-to-one sont organisés entre les financeurs et les porteurs de projet suite à ces séances. Les projets peuvent être soutenus sous la forme de coproductions directes, délocalisation de tournages, dispositifs de crédits d'impôt, préachats par des distributeurs internationaux ou des chaînes, achats du concept en vue d'adaptations locales... Un temps de conférences sur le financement des séries télévisées en Europe est organisé. C'est un événement qui est l'occasion d'une réflexion et d'un échange sur les sujets majeurs de l'industrie. Il se pose ainsi comme cadre idéal pour préfigurer les prochaines avancées du secteur.

Ce Forum européen de coproduction a ainsi déjà fait ses preuves et donné des résultats concrets. Les séries *Jordskott* (coproduction suédoise), *Trepalium* (coproduction d'Arte sélectionnée aux festivals de Rome, Montréal, Berlin, Genève et La Rochelle), *Tabula Rasa* (coproduction belge et espagnole) et *The Teach* (coproduction polonaise) sont par exemple issues de ses rencontres. Il s'agit d'augmenter le nombre de projets présentés et leur diversité afin de permettre à chaque distributeur ou chaîne de trouver le produit qui lui corresponde.

→ Les Assises européennes ont été initiées par *Séries Mania* en 2015. Ouvrant le Forum de coproduction, cette journée de conférences sur le financement des séries télévisées en Europe est organisée conjointement avec le CNC et permet d'approfondir la réflexion européenne.

3) La vente

a. Screenings privés pour le marché

→ La possibilité sera donnée aux producteurs européens de louer des salles et d'y projeter leurs œuvres devant un public d'acheteurs et de diffuseurs. Dédiés aux séries de fiction, ces screenings permettent de bien cibler les acheteurs potentiels et ainsi d'être le plus efficaces possibles. L'Angleterre et la Suède ont déjà fait savoir leur intérêt pour réserver des salles au Forum des Images pendant *Series Mania*.

b. Video-library online

→ Le festival mettra à disposition des professionnels une vidéothèque accessible en ligne, présentant une sélection élargie de séries par rapport au programme du festival. Cette initiative a pour objectif de donner aux acheteurs un accès à la création mondiale, de repérer les tendances sur une grande variété de territoires et voir des œuvres qui seraient autrement inaccessibles. Elle permet de repérer des formats de séries étrangères pouvant faire l'objet d'une implantation dans les productions françaises. C'est le moyen de stimuler les ventes et les partenariats financiers, de favoriser les exportations et d'encourager les adaptations.

c. Espace réservé à la vente des productions françaises

→ Il s'agirait d'un espace de présentation à des acheteurs étrangers d'un certain nombre de nouvelles séries françaises de fiction en post-production ou en cours de finalisation, qui ne peuvent donc être montrées dans le cadre de la programmation du festival. Cette présentation destinée aux acheteurs internationaux est le moyen de mettre en valeur les productions de fiction françaises, œuvres qui intéressent plus que jamais les acheteurs étrangers, et de stimuler leur exportation.

→ L'initiative *Coming Next from France*, prévue pour la 7^e édition de *Séries Mania* en 2016 et organisée en collaboration avec TVFI. Il s'agit d'une séance de présentation à des acheteurs étrangers de nouvelles séries françaises de fiction en post-production ou en cours de finalisation, pour stimuler le démarrage des ventes le plus en amont possible. Les présentations seront faites par un binôme distributeur international et producteur, tous deux issus de sociétés françaises dont au moins un membre de TVFI, à des acheteurs internationaux invités. Un bilan de cette première édition permettra d'affiner la proposition tout en restant à l'écoute d'autres initiatives de mise en avant de la série française qui pourraient être organisées avec Unifrance qui a manifesté son intérêt.

Le festival sera un événement imaginé et piloté de France : mettre en avant la production nationale est une opportunité marketing unique de profiter de la présence de très nombreux décideurs internationaux assistant à la manifestation.

d. Un marché ?

→ Il est commun pour les festivals d'ampleur de s'adosser à un marché.

La question de mettre en place un marché en lien avec le festival doit être posée. La France accueille déjà deux des plus grands marchés mondiaux du secteur audiovisuel, le MIPTV en avril et le MIPCOM en octobre. Avec chacun plus de 10 000 participants, dont près de 2 000 exposants et 4 000 acheteurs, ces espaces de vente se posent comme les leaders au niveau international et il serait difficile de s'implanter face à eux sur un même territoire. L'idée d'une collaboration avec ces deux grands événements paraît plus à même de servir les intérêts de la profession, le festival pouvant proposer des initiatives complémentaires plutôt que

concurrentes avec celles déjà en place. Des discussions non abouties sont en cours avec Reed Midem.

→ **Création d'un marché exclusivement européen ?** C'est une autre solution qui peut être envisagée. Ce marché comprendrait l'ensemble des productions européennes (et pas uniquement les productions françaises, positionnement assumé par Coming Next from France), et exclurait les productions américaines. L'idée n'est pas de remplacer les MIPTV et MIPCOM, mais de les compléter avec un dispositif plus focalisé sur les séries et à une taille plus humaine propice à un meilleur networking.

Dans le monde du cinéma, à l'exception des très grands rendez-vous historiques qui captent tous les genres comme Cannes ou Venise, on a vu naître nombre de rendez-vous ciblés qui concernent des genres précis du monde du septième art. Comme le festival Frontières à Bruxelles adossé au BIFF pour le fantastique, voire des marchés spécifiques comme les Rendez-vous d'Unifrance pour le cinéma français.

Un exemple est à suivre : le Marché du Film de Cannes, premier rendez-vous mondial organisé pendant le Festival du Film, a imaginé avec l'Argentine et les CNC sud-américains le marché Ventana Sur qui met en avant le cinéma latino. Cet événement attire depuis cinq ans en décembre des milliers d'acheteurs, vendeurs, producteurs, qui trouvent là un espace pour un univers précis. Avec le savoir-faire des équipes cannoises déjà contactées, ce type de marché peut être imaginé pour l'Europe, alors que la créativité du continent en matière sérielle est partout saluée.

Conclusion générale et recommandations

→ L'éparpillement français ne permet pas d'avoir une taille critique suffisante pour concurrencer les grands événements européens et internationaux tournés vers la série. Il est nécessaire de faire évoluer nos manifestations de sorte à ce qu'un seul événement émerge comme festival de référence de la série sur le territoire national, et puisse ainsi s'imposer comme événement majeur au niveau international.

→ Le festival Séries Mania contient déjà les prémisses de ce festival international des séries. La France dispose en effet grâce à Séries Mania d'un festival déjà installé qui a acquis une légitimité tant du côté du public, avec une fréquentation sans cesse croissante, que des professionnels grâce à sa sélection variée et à la force d'attraction que représente son Forum de coproduction européen. Séries Mania a un univers et une promesse précise : le meilleur de la série française, européenne et mondiale pour le public et pour les professionnels, un rendez-vous accompagné par ceux qui créent, imaginent, produisent et financent cet univers. En six ans d'existence ce rendez-vous a de plus grandi alors que la série française, grâce à des studios internationaux comme Gaumont, Newen, Lagardère ou EuropaCorp, des indépendants comme Quad Télévision, Haut et Court TV, Tetra Media, Makeover a réussi à imposer quelques succès, et que nombre d'entreprises travaillent aujourd'hui dans une optique d'exportation et de coproduction.

Il s'agit non pas de créer ex nihilo un nouvel événement, mais de s'appuyer sur les acquis de ce festival pour développer certaines de ses parties et initier de nouveaux projets en regroupant nos forces avec d'autres initiatives du secteur. Le succès à la fois public et professionnel de Séries Mania permet aujourd'hui de définir un projet encore plus ambitieux, incontournable à très court terme dans le calendrier des professionnels français et internationaux, et en accord avec l'engouement du public.

Situé à Paris, cet événement dispose notamment d'un réservoir conséquent pour un public potentiel, d'une aura internationale et d'équipements pour accueillir et développer un tel rendez-vous.

→ En ce qui concerne la manifestation publique, le festival pourrait s'étendre en-dehors des espaces du Forum des Images de Paris, prenant place dans d'autres lieux parisiens ainsi que dans des salles d'Ile-de-France. Il étendrait également sa marque en développant des événements affiliés dans des pays étrangers.

Ses compétitions prendraient de l'ampleur et acquerront par leur jury et leurs modalités un caractère vraiment international.

L'événement accorderait une place encore plus importante au monde digital, non seulement en mettant en avant les nouveaux formats sériels pensés pour Internet et les réseaux sociaux

mais également en prolongeant le festival en ligne, ce qui permettra notamment de toucher un autre type de public et d'inscrire le festival dans une temporalité différente.

→ En ce qui concerne le volet professionnel, ce festival s'affirmerait comme étant tourné vers la création, l'écriture professionnelle et la professionnalisation de l'écriture. Des initiatives telles que la mise en disposition de résidences d'écriture et la création d'un fonds européen de développement sont à mettre en place pour aider notre industrie et la porter vers un développement bénéfique à la fois économiquement et artistiquement.

Le Forum de coproduction, et les rencontres à Séries Mania qu'il suscite, sont au cœur des besoins de l'industrie française et devraient bénéficier en priorité aux acteurs français du secteur.

En ce qui concerne la vente, le choix reste ouvert de s'appuyer sur le MIPTV et/ou le MIPCOM, ou de créer spécifiquement un marché européen des séries.

→ Le festival accordera une place particulière à la présence française en sélectionnant un certain nombre de projets français et en mettant en avant les séries françaises, notamment à travers l'espace de vente dédié aux programmes français Coming next from France. Il sera ainsi une véritable aide pour la profession et permettra de soutenir toutes les phases de création d'un projet (écriture, production, vente et diffusion).

Dans le cadre du marché éventuel un espace de vente consacré exclusivement à la série française serait mis à disposition des professionnels.

Ainsi ce festival serait un véritable outil pour toute la profession depuis les phases de création d'un projet jusqu'à sa vente à l'étranger.

→ L'équipe organisatrice de Séries Mania recommande de s'associer à l'équipe du festival Séries Series de Fontainebleau pour mettre en place un tel événement. Cela permettrait de bénéficier du savoir-faire des équipes des deux seules manifestations exclusivement consacrées à la série en France, et ainsi de penser et d'organiser l'événement de la meilleure façon possible. La collaboration avec l'équipe de Séries Series permettrait notamment d'essaimer sur le territoire francilien en termes de reprise de programmes, de mettre en place les résidences d'écriture dans certains espaces de Fontainebleau et de piloter ensemble la création d'un fonds d'aide au développement de projets européens.

→ La France dispose ainsi de vraies potentialités pour imposer un festival de séries incontournable, à rayonnement international, en s'appuyant à la fois sur son savoir-faire reconnu (Cannes pour le cinéma, Annecy pour l'animation, Clermont-Ferrand pour le court-métrage, La Rochelle pour le documentaire), un tissu industriel qui peut créativement et techniquement l'accompagner, et la force des acquis de Séries Mania. S'il existe des rendez-vous séries dans le monde, publics ou professionnels, ils restent encore locaux, sans vraie résonance internationale. La France a donc tous les atouts pour porter et développer un festival de séries unique, puissant et rayonnant.

→ L'organisation d'un tel événement est préconisée pour 2017.

