

Satellifacts Magazine

Entretiens et décryptages

N°132 / Supplément à Satellifacts n°6306 - Lundi 16 janvier 2023

p 1/29

Interview

p 06

Anne Georget et Christine Camdessus : « Le Fipadoc 2023 organise les premières rencontres sociales du documentaire. »



Interview

p 10

Yves Bigot (TV5 Monde) : « Nous travaillons à l'élaboration d'un feuilleton quotidien en Afrique francophone. »



Interview

p 02

Frédéric Moget (Paramount Pictures France) : « Rien aujourd'hui ne crée l'événement comme une sortie en salles. »



Interview

p 14

Baya Kasmi (réalisatrice, scénariste) : « Mes personnages sont issus de la diversité parce que j'en ai envie, j'aurais détesté qu'on m'y force. »



Focus sur un producteur

p 18

TAT Productions

écrit une nouvelle page

L'actualité des usages séries

p 21

Les séries les plus regardées

du 5 au 11 janvier 2023

Programmes

p 22

3 événements d'antenne

du 13 au 27 janvier 2023

Programmes

p 23

Les nouveautés de la quinzaine

5 fictions, 4 documentaires, 3 magazines

Plan de financement TV

p 26

Le Vrai Visage des Vikings

ZED / France Télévisions

Plan de financement cinéma

p 28

Les Rascals

Spade / The Jokers Films

Frédéric Moget (Paramount Pictures France) :

« Rien aujourd’hui ne crée l’événement comme une sortie en salles. »

Aux manettes de Paramount Pictures France depuis 2008, Frédéric Moget peut se targuer d’avoir réalisé en 2022 son meilleur cumul d’entrées en dix ans, près de 12 millions, grâce notamment au succès de *Top Gun : Maverick*. En ce début d’année, il prépare la sortie de *Babylon*, ode foisonnante à l’âge d’or d’Hollywood signée Damien Chazelle. Il nous parle du lancement de ce film en France et du reste de son line-up 2023 placé sous le signe des franchises.



Frédéric Moget est le directeur général France de Paramount Pictures depuis 2008.
Photo © Paramount Pictures

Satellifacts Magazine : *Babylon* occupe-t-il une place à part dans votre ligne éditoriale ?

Frédéric Moget : Chaque film est unique. Nous en sortons chaque année un nombre assez restreint pour pouvoir nous concentrer suffisamment sur chacun d’entre eux et y amener tous les publics possibles. Il est vrai cependant que *Babylon* n’entre pas dans la catégorie des franchises qui sont nombreuses dans notre line-up. C’est un film qui est à la fois du côté

de l’audace et de l’originalité et qui, en même temps, offre les repères d’une grosse production hollywoodienne avec des stars comme Brad Pitt ou Margot Robbie. De ce point de vue, c’est effectivement un film un peu à part. On sait qu’aujourd’hui, la barre pour attirer les spectateurs en salles est de plus en plus haute. Avec ce film qui est à la fois un film d’auteur et un film à grand spectacle, il y a matière à communiquer.

Sur quoi repose votre communication autour du film ?

FM : Nous nous appuyons beaucoup déjà sur la notoriété de Damien Chazelle qui, compte tenu de ses origines, est le plus français des réalisateurs américains. Il a un rôle très important dans notre communication et est très demandé en France. Le film lui-même est difficile à résumer. Le message général est que c’est un grand film de cinéma, mais il n’est, en fait, pas nécessaire de trop le verbaliser. ■ ■ ■



En salles le 18 janvier, *Babylon*, la foisonnante fresque de Damien Chazelle en hommage au vieil Hollywood plonge le spectateur dans le Los Angeles des années 1920 au moment de l'arrivée du parlant. Photo © Paramount Pictures

■ ■ ■ Les comédiens, la musique, les images, la bande-annonce suffisent à mettre immédiatement dans l'ambiance et à provoquer un ressenti, sans nécessairement raconter le détail de l'histoire. Nous accentuons ensuite tel ou tel aspect selon les cibles.

Quelles sont les cibles justement ?

FM : Tout le monde, finalement ! Tous les gens qui aiment le cinéma, tous ceux qui aiment la musique, les fans de Brad Pitt ou de Margot Robbie, etc. Il y a énormément de points d'entrées.

Babylon dure 3h09. Est-ce une difficulté ?

FM : Le gros succès de moment, *Avatar 2*, fait 3h12 ! *Le Loup de Wall Street* durait 3 heures ! Il est bien sûr plus compliqué d'avoir autant de séances pour un film de 3 heures que pour un film d'1h30, mais le succès n'en dépend pas. Il serait confortable d'avoir des règles auxquelles se fier, mais il n'y en a pas !

Le film sort en France une semaine avant l'annonce des nominations aux Oscars. Est-ce aussi une stratégie ?

FM : C'est effectivement pour cette raison que nous l'avons positionné le 18 janvier, parce que nous avons de grosses espérances pour les Oscars. Les nominations et récompenses permettent d'accroître la notoriété d'un film et provoquent un effet de curiosité. Nous les utilisons là comme une rampe de lancement.

« Les objectifs pour *Babylon* sur le marché français sont très élevés. »

Babylon n'a pas bien démarré aux Etats-Unis : comment l'expliquez-vous et cela met-il une pression particulière sur le marché français ?

FM : Je n'ai pas vraiment d'explication.

On ne sait jamais vraiment pourquoi un film marche ou ne marche pas, et il faut être très prudent face à la tentation de tirer des conclusions, car elles sont sans cesse remises en question. Mais il est vrai que *Babylon* fait partie des films pour lesquels on s'attend à ce que le box-office international soit plus important que le box-office US. Il entre dans cette catégorie de films particulièrement adaptés à un public international et encore plus particulièrement au public français. On a beaucoup d'exemples de films, des films d'animation par exemple comme *Le Parc des merveilles*, qui ont surperformé en France par rapport au reste du monde. Les films de grands réalisateurs acclamés et renommés surperforment souvent en France. En cela, la France est un marché spécial, un pays particulièrement sensible à la patte d'un réalisateur. Après, est-ce que cela nous met une pression supplémentaire ? Je ne sais pas, mais il est vrai que les objectifs pour ■ ■ ■

■■■ *Babylon* sur le marché français sont très élevés.

C'est-à-dire ?

FM : Nous espérons nous inscrire dans la lignée du phénomène *La La Land* (2,8 millions d'entrées). Tutoyer les 2 millions d'entrées serait magnifique. Après, nous savons que les films nous échappent une fois en salles, même si nous avons produit tout le travail nécessaire et déployé aussi dans ce cas un budget de sortie conséquent.

Un budget de sortie de quel ordre ?

FM : Nous ne communiquons pas ces chiffres, mais c'est un gros budget, un soutien important. C'est un choix que nous avons fait également tout au long de l'année dernière en soutenant tous nos films avec de l'énergie, mais aussi avec d'importants moyens marketing et financiers. C'est important car nous sommes dans un moment où tous les distributeurs contribuent à faire revenir les gens en salles et où il est bénéfique de parler de cinéma.

Cela a été particulièrement efficace pour *Top Gun : Maverick*. Quelles leçons tirez-vous de ce succès ?

FM : C'est vrai qu'on ne le voyait pas à 6,7 millions d'entrées, même si on l'espérait très haut. Cela confirme que le cinéma est un marché d'offre, que la fréquentation dépend d'un contexte général, mais aussi de propositions particulières. Deuxième confirmation : le succès appelle le succès. *Top Gun* a en quelque sorte réamorcé la pompe. Plus on va au cinéma, plus on a envie d'y aller, même dans des contextes très compliqués. Ce deuxième volet a fait quasiment deux fois plus d'entrées que le premier. De manière générale, tous nos films en 2022 ont fait mieux que des comparables historiques. C'est le cas par exemple de *Sonic 2* ou de *Smile* qui est devenu le plus gros film d'horreur original de ces dix dernières années.

Babylon est une grande déclaration d'amour au cinéma et à la salle : avec l'arrivée de votre plateforme Paramount+, la salle aura-t-elle toujours autant d'importance ?

FM : Nous restons complètement concentrés sur la salle. *Smile* par



A l'affiche de *Babylon*, Brad Pitt dans le rôle d'une star de cinéma bientôt déchue et Diego Calva dans celui de son homme à tout faire, bien décidé à se faire une place dans l'industrie du cinéma. Photo © Paramount Pictures

exemple est un film qui devait aller directement sur la plateforme. Quand nous l'avons découvert, nous avons senti son potentiel et avons fait le chemin inverse : un film destiné à la plateforme est finalement sorti en salles. C'est encore une des grandes leçons de 2022 : rien aujourd'hui ne crée l'événement comme une sortie en salles.

« Le blockbuster d'aujourd'hui doit tout réunir : spectacle, émotion, personnages, histoire, comédie, etc. »

Que répondez-vous à ceux qui s'inquiètent de ne voir que des films américains dans le Top 10 de 2022 et se sentent démunis face aux moyens déployés par les studios américains ?

FM : Il y a toujours eu des films avec des budgets différents. Compte tenu du contexte économique, les budgets des films américains ne sont pas plus importants qu'avant. La part de marché du cinéma américain est d'ailleurs bien plus basse qu'en 2019. Et de toute manière, je pense que parler de cinéma profite à tout le cinéma. Je ne crois pas du tout à cette opposition entre films américains et films français. Je suis

moi-même heureux du succès de films comme *Avatar* ou *Novembre* car j'estime qu'ils vont être profitables pour mes films à venir. Nous sommes tous une force positive pour le marché.

En termes de notoriété, les films français indépendants, par exemple, ont tout de même plus de mal à se distinguer dans la masse...

FM : C'est encore un autre sujet. Cette abondance de sorties ne vient pas des films américains puisqu'ils étaient bien moins nombreux l'an dernier. Il est vrai que le spectateur, et le consommateur en général, est aujourd'hui bombardé de messages et de publicités, mais, encore une fois, la part de marché du cinéma français est en 2022 supérieure à celle du cinéma américain.

Quel rôle ont joué les salles premium dans le succès de *Top Gun* ?

FM : Nous n'avons pas le détail, mais nous avons effectivement très bien performé sur ces formats parce qu'ils offrent sur ce type de film une plus-value évidente. Cela confirme que la barre est plus haute et qu'il est nécessaire de différencier l'expérience cinéma d'autres expériences. Ces salles ont donc joué un rôle important, mais le film a très bien marché aussi dans d'autres formats. Il faut que toutes les propositions coexistent. ■■■

■ ■ ■ Ce qui finalement est le plus ressorti de l'expérience *Top Gun* est la notion de plaisir. Ce plaisir provient de l'immersion et du spectacle, mais aussi des personnages et de l'histoire. Le blockbuster d'aujourd'hui doit tout réunir : spectacle, émotion, personnages, histoire, comédie, etc. C'est cette alchimie qui fonctionne, qui fait que la notion de genre est peut-être aujourd'hui moins prégnante. Le spectateur attend d'une grosse production une expérience multiple.

Pouvez-vous nous détailler votre line-up 2023 ?

FM : Nous avons pour l'instant programmé sept films. Après *Babylon*, l'année sera placée sous le signe des franchises, mais de franchises renouvelées. A l'affiche le 8 mars, *Scream VI* par exemple se passera pour la première fois à New York avec

de nouveaux acteurs : nous avons la chance que l'une des interprètes principales soit Jenna Ortega, qui joue Mercredi Addams dans la série *Mercredi*, ce qui va nous permettre de trouver un nouveau public. Nous sortirons le 12 avril *Donjons & Dragons* qui est en quelque sorte une nouvelle franchise créée à partir d'un univers très riche. Le 7e volet de *Transformers* est une suite que l'on reboote complètement avec de nouveaux acteurs et un nouveau réalisateur, Steven Caple Jr. Même chose pour *Ninja Turtles : Teenage Years* qui sortira en août 2023. Même dans *La Pat' Patrouille 2* qui sortira en octobre et qui est une franchise récente, il y a du nouveau puisque les personnages ont des superpouvoirs. Et nous misons évidemment beaucoup sur *Mission : Impossible 7* l'été prochain.

Vous n'avez donc pas peur d'une usure des franchises ?

FM : Pas du tout. Chacun des volets de *Mission : Impossible* par exemple fait mieux que le précédent. Aujourd'hui, nous constatons que, lorsque les spectateurs aiment un univers, ils ont envie de le retrouver et d'en avoir plus. La franchise offre un socle.

« Les franchises rassurent. »

Est-ce que cela signifie que les spectateurs ont, plus qu'avant, besoin de savoir ce qu'ils vont voir ?

FM : Il est vrai que les franchises rassurent. Pour nous, c'est une première marche déjà franchie, mais cela ne signifie pas que c'est le seul modèle viable et que l'on ne peut pas convaincre les spectateurs d'aller voir aussi un film original comme *Babylon*.

Paramount a engrangé près de 12 millions d'entrées en France en 2022. Avec *Mission : Impossible* notamment, espérez-vous aller plus haut en 2023 ?

FM : C'est largement faisable. Nous avons l'avantage d'avoir de grosses franchises et il est vrai que sortir *Mission : Impossible* un an après *Top Gun* est un timing idéal, d'autant que le suivant sortira en 2024. Il y a longtemps, l'idée était de créer la rareté. On se rend compte aujourd'hui du contraire. De plus, avec *Top Gun*, le public de Tom Cruise s'est considérablement élargi, à une audience plus jeune en particulier. Il y a donc un énorme réservoir pour *Mission : Impossible*. Ce 7^e volet doit donc être le plus gros succès de la saga, c'est pour nous obligatoire. Le précédent avait fait 4 millions d'entrées. *Top Gun* a fait 6,7 millions. Nous aimerions faire au moins autant. Nous partons du postulat que toute personne qui a vu *Top Gun* a potentiellement envie de voir *Mission : Impossible*, à nous de travailler pour que cela se vérifie ! ■

Propos recueillis
par Florence Leroy



Frédéric Moget compte sur la notoriété de Jenna Ortega, depuis son rôle-titre dans la série *Mercredi*, pour élargir le public de la saga avec *Scream VI*, en salles le 8 mars 2023. Photo © Paramount Pictures

Anne Georget et Christine Camdessus :

« Le Fipadoc 2023 organise les premières rencontres sociales du documentaire. »

Libéré des contraintes sanitaires qui entravaient son expansion, le Fipadoc 2023, qui inaugure L'Année du documentaire, annonce deux journées supplémentaires de festival (du 20 au 28 janvier) pour mieux exposer les films et satisfaire un public local demandeur. Plaçant cette édition sous le signe de la vie et de l'envie, la présidente, Anne Georget, et la déléguée générale, Christine Camdessus, égrènent les nouveautés 2023. Parmi elles, une compétition de courts métrages, une présentation de séries hors compétition, un hommage à l'Ukraine et les premières rencontres sociales du documentaire.



Anne Georget, 61 ans, journaliste et réalisatrice, préside le Fipadoc, festival international de documentaires organisé à Biarritz, depuis cinq ans. Christine Camdessus, 61 ans, en est la déléguée générale depuis un peu plus de quatre ans. Photos © Matthieu Raffard (Anne Georget), P. Tohier/Photomobile/2019 (Christine Camdessus)

Satellifacts Magazine : En 2022, au sortir de la pandémie, vous aviez placé le Fipadoc sous le signe de la fête et du plaisir. Qu'en est-il cette année ?

Christine Camdessus : L'affiche de l'édition 2023, qui montre un enfant jouant dans un arbre, illustre notre état d'esprit. Nous voulons faire du Fipadoc 2023 une édition vivante, qui donne envie d'avoir envie et d'être en vie. Une édition qui chasse les années de pandémie.

Quelles sont les nouveautés de cette année ?

CC : La première grande nouveauté concerne les dates et la durée du festival, puisqu'il se déroule désormais la dernière semaine de janvier (du 20 au 28 janvier), dure 9 jours au lieu de 7, et, pour la première fois, commence un week-end avec une soirée d'ouverture ciné-concert, le vendredi 20 janvier, durant laquelle sera projeté le film *29 173 NM* de Romain de la Haye-Serafini et Vincent Bonnemazou. Avec l'aval de la ville de Biarritz, notre ambition est

d'ouvrir le festival à plus de séances en soirée, à des séances familiales, et à deux vrais week-ends de projections. C'est un pari à l'attention du public local.

Anne Georget : Par ailleurs, nous avons observé cette année un record du nombre d'inscriptions de films, soit environ 2 000, dont, notamment, une hausse de 40 % des films étrangers. Cela montre que le festival est en train d'être reconnu comme un événement international autour du documentaire et comme un lieu où l'on peut faire la promotion d'un film. ■ ■ ■

Le Fipadoc inaugure L'Année du documentaire, un événement organisé par le CNC. Comment y contribuez-vous ?

CC : Le CNC a mandaté le Fipadoc pour être la rampe de lancement de L'Année du documentaire. Le lundi 23 janvier, une grande soirée en l'honneur du genre est organisée pour les professionnels en présence, nous l'espérons, de Madame la ministre de la Culture, Rima Abdul Malak. De plus, nos supports vont être estampillés « 2023, l'année du documentaire ». Enfin, nous allons fédérer l'ensemble des partenaires dans une dynamique favorable pour le genre, en France comme à l'international.

AG : L'année du documentaire montre que le genre est important culturellement et socialement. Le Fipadoc se veut l'écrin de cela. Il a le pouvoir d'exposer les films et d'être une caisse de résonance de toutes les identifications. Il a un rôle de facilitateur des questions actuelles autour du genre.

« La jeunesse est au cœur d'une sélection qui aime à se projeter dans l'avenir avec les nouvelles générations. »

Quelles sont les grandes tendances et thématiques qui se dégagent de la sélection 2023 ?

CC : En écho à notre affiche, la grande tendance de la sélection 2023 est de raconter des histoires dont les héros sont des enfants et des adolescents. La jeunesse est au cœur d'une sélection qui aime à se projeter dans l'avenir avec les nouvelles générations.

AG : Nous avons également noté la présence de nombreux films sur la Seconde Guerre mondiale, une période particulièrement traitée dans le genre documentaire. Mais alors que la guerre était, par le passé, racontée sous forme de grandes fresques, elle est désormais traitée sous forme de micro-histoires, à hauteur d'homme et de femme. C'est la guerre narrée par ceux qui l'ont vécue, au travers des destinées singulières, comme la série *1942*, de Véronique Lagoarde-Ségot, présentée hors compétition ou *Les Suppliques*, film dans

2023
L'ANNÉE DU
DOCUMENTAIRE

20-28
JANVIER
2023

FIPADOC

BIARRITZ
FESTIVAL
INTERNATIONAL
DOCUMENTAIRE

WWW.
FIPADOC.
COM

L'édition 2023 du Fipadoc affiche un nombre record d'inscriptions de films : environ 2 000, dont, notamment, une hausse de 40 % des films étrangers. Photo © Crédits

lequel Jérôme Prieur dévoile comment les centaines de lettres envoyées au maréchal Pétain par des citoyens juifs, entre 1940 et 1944, sont restées lettre morte.

L'invité d'honneur de cette édition, c'est l'Ukraine : comment rendez-vous hommage à ce pays ?

CC : Au travers de cinq films, notre ambition est de donner des clés de compréhension de ce qui s'y passe actuellement, de s'extraire de la brutalité de l'actualité pour connaître mieux

le pays et de faire un travail documentaire. Dans le choix des films, nous avons réfléchi à des angles inattendus, notamment pour expliquer le conflit, comme le film *Mariupolis 2*, dans lequel le réalisateur Mantas Kvedaravičius retourne dans le Donbass en 2022 pour y retrouver les personnes qu'il y avait rencontrées sept ans plus tôt.

Pour la première fois au Fipadoc, vous présentez des séries documentaires inédites, dans leur intégralité en salles, mais hors compétition. ■ ■ ■



Conférence de France Télévisions, le 19 janvier lors de l'édition 2021 du Fipadoc.
Photo © Leila Lahbi

■ ■ ■ Pourquoi ne pas avoir créé une section spécifique pour ce format ?

CC : Nous présentons en effet cinq séries françaises dans leur intégralité. Ce dispositif vient questionner nos façons de visionner le genre. C'est un défi et un effort réel en termes de programmation. Nous attendons de voir comment

le public va réagir, s'il est au rendez-vous de ce temps long de visionnage. C'est une année pilote qui teste notre ambition de faire entrer le format dans son intégralité au sein du festival pour bien le traiter, ne pas l'amputer. Nous ferons un bilan à l'issue du festival.

Quel est le budget de cette édition rallongée ?

CC : Notre budget augmente sensiblement, à environ 1,8 M€ contre 1,6 M€ l'année dernière, notamment grâce au programme Media qui soutient la partie festival et le partenariat conclu avec d'autres festivals sur nos activités Campus (jeune création et jeunes talents). Cette enveloppe supplémentaire nous a permis de renforcer l'équipe et de proposer deux jours supplémentaires de festival, pour mieux exposer les quelque 180 films projetés, dont 25 expériences numériques, cinq séries documentaires et 25 courts métrages. Nous encourageons évidemment la venue physique, mais nous avons fait le choix de garder, encore cette année, une dimension hybride sur les pitches internationaux et les conférences en anglais pour les professionnels anglophones.

Focus sur les pays baltes et la Finlande

Chaque année, le Fipadoc met l'accent sur un pays ou une région de la zone Europe. En faisant l'effort de s'intéresser à une région européenne, d'inviter une large délégation de talents, de lier des partenariats avec des centres cinématographiques locaux, le festival entend fidéliser chaque année de plus en plus de professionnels européens. Depuis le focus sur l'Allemagne en 2019 ou le Benelux en 2020, les professionnels de ces pays viennent plus nombreux au Fipadoc. Cette année, le festival accueille un film finlandais, deux films lettons et un film lituanien dans le cadre d'un focus sur les pays baltes et la Finlande, ainsi que des délégations de ces pays (entre 50 et 60 professionnels) en vue de collaborations futures.

■ ■ ■ **AG** : Nous accueillons également trois nouveaux partenaires : INA-madelen qui parraine le prix du public, France Médias Monde pour le prix Jeune création, et Enedis pour le prix du court métrage.

Pourquoi Enedis ?

AG : Nous avons été mis en contact avec la filiale d'EDF par l'intermédiaire de l'ONG Water Family, avec laquelle le festival travaille régulièrement. Nous avons cherché comment collaborer avec Enedis sur le festival en 2023 et avons trouvé le parrainage du prix du court métrage.

« **Le court métrage est peu exposé, alors qu'il renferme les formes les plus inventives du genre.** »

Une compétition court métrage, c'est nouveau ?

AG : Oui. Le format s'adresse à une population jeune et cela nous convient bien. Et puis, il est peu exposé, alors qu'il renferme les formes les plus inventives du documentaire. Nous avons reçu beaucoup de propositions. Nous avons limité la durée des films à moins de 20 minutes pour mettre en lumière toute la force narrative de la forme courte. Par ailleurs, au sein des Journées professionnelles, nous ferons un focus sur le court métrage.

Quels seront les temps forts des Journées professionnelles ?

CC : Tout d'abord, nous avons renforcé l'équipe en embauchant à temps plein Bastien Gauclère comme responsable des Journées professionnelles, mais aussi le producteur danois Ove Rishøj Jensen comme responsable du Forum de coproduction pour renforcer l'attractivité internationale du rendez-vous. Désormais, le Fipadoc est mieux armé pour répondre à la demande de l'industrie documentaire. Parmi les nouveautés 2023, et dans la lignée de l'étude proposée l'an dernier par Audiens sur l'évolution de l'emploi dans la production documentaire, nous allons proposer les premières rencontres sociales



L'ambition du Fipadoc est de s'ouvrir à plus de séances en soirée, à des séances familiales, et à deux vrais week-ends de projections. Photo © Leïla Lahbi

de documentaire, en partenariat avec Audiens, l'Afdas et Thalie Santé, et ainsi nous interroger sur les moyens d'accompagner les professionnels du documentaire tout au long de leur parcours. Nous aurons d'ailleurs également un atelier dédié aux tournages à risques. Nous entendons être très réactifs à l'actualité de nos métiers.

« **A l'occasion de la table ronde sur l'impact, le CNC annoncera de nouvelles mesures de soutien en faveur du genre.** »

Le Fipadoc a été l'un des premiers festivals français de documentaires à soutenir les films d'impact. Comment musclerez-vous encore cette thématique en 2023 ?

AG : Nous renforçons l'Impact Lab, en collaboration avec Think Film et grâce au nouveau soutien de l'Ademe. L'Impact Lab accompagne cette année six projets à dimension francophone présentés par des duos producteur/auteur, avec, pour la première fois, un prix de 3 000 francs suisses remis par la fondation suisse Storyboard Collective. Par ailleurs, une table ronde réunissant diffuseurs et CNC sera organisée sur le financement des campagnes d'impact. A cette occasion, le CNC annoncera de nouvelles mesures de soutien en faveur

du genre. A notre niveau, nous essayons de contribuer à la professionnalisation et à la structuration du métier de producteur d'impact, et d'accompagner les réalisateurs et les producteurs dans le processus d'impact. Le film d'impact a une valeur ajoutée forte en terme social et d'engagement. Comme le Fipadoc est un festival engagé, il est important pour nous de soutenir le genre.

En conclusion, à l'aube de L'Année du documentaire, comment se porte le genre selon vous ?

CC : Venant juste de visionner plus de 2 000 films, j'ai le sentiment d'une grande vitalité du secteur, et ce, dans tous les pays. Le documentaire est sans conteste un genre vivant et libre.

AG : Oui, vivant, mais aussi inventif, créatif, palpitant et haletant. Au fil des ans, le genre évolue. Aujourd'hui, fiction et documentaire se nourrissent l'un l'autre et donnent naissance à des films aux formes nouvelles.

CC : En tant que festival mobilisé par les pouvoirs publics sur l'année du documentaire, nous avons envie de faire grandir la popularité du genre. Aujourd'hui dépoussiéré et révolutionné, il donne naissance à de grands films, produits et réalisés avec de vrais moyens financiers. Le documentaire est en train de déployer toute sa puissance. ■

Propos recueillis
par Carole Villevet

Yves Bigot (TV5 Monde) :

« Nous travaillons à l'élaboration d'un feuilleton quotidien en Afrique francophone. »

Yves Bigot, directeur général de TV5 Monde depuis dix ans, vient d'accepter un troisième mandat pour rester deux années supplémentaires à la tête de l'entreprise. A son actif, sur la décennie : le doublement de la couverture et de l'audience de TV5 Monde, le lancement de chaînes thématiques et d'une plateforme mondiale et l'entrée de la principauté de Monaco dans l'actionnariat de la chaîne. Entretien bilan, à un an du quarantième anniversaire de la chaîne.

Satellifacts Magazine : En décembre, vous avez été reconduit pour deux ans à la tête de TV5 Monde. Pourquoi seulement deux ans et dans quel état d'esprit abordez-vous ce 3e mandat ?

Yves Bigot : Dans les statuts de TV5 Monde, il n'est stipulé ni âge limite ni nombre limite de mandats, seulement la durée du 1er mandat, qui doit être de cinq ans. Cela dit, le président de la République m'a proposé un mandat de deux ans, jusqu'au 4 décembre 2024, avec une clause de revoyure à l'issue de cette période. J'aime cette chaîne, j'aborde ce nouveau mandat avec plaisir, mais aussi avec conviction et détermination, dans un contexte mondial économique et géopolitique particulièrement instable, et avec une inflation galopante dans beaucoup de pays avec lesquels TV5 Monde travaille. Les enjeux sont donc importants. Durant ce mandat, nous allons également élaborer le prochain plan stratégique de la chaîne qui couvrira les années 2025-2028.

Quel bilan faites-vous de votre 2e mandat ?

YB : Mon 2e mandat a été marqué par l'entrée de la principauté de Monaco dans l'actionnariat de TV5 Monde, officialisée en décembre 2021. Le chemin a été long, à la fois parce qu'il fallait convaincre la principauté, mais aussi parce qu'il fallait travailler les modalités de son adhésion. Un pays ne peut devenir actionnaire de TV5 Monde que par le seul intermédiaire de sa chaîne publique, or la principauté n'en avait plus. Elle a donc dû en recréer une avec toutes les garanties d'indépendance vis-à-vis du pouvoir politique et économique. La principauté de Monaco est ainsi devenue le 6e gouvernement ■ ■ ■



Yves Bigot, 67 ans, a succédé fin 2012 à Marie-Christine Saragosse à la tête de TV5 Monde. Il a auparavant travaillé à France Télévisions, la RTBF, Endemol et RTL. Retrouvez sa biographie Satellifacts en ligne. Photo © DR



Dans la série documentaire Rassemblement (20 x 26'), lancée sur TV5 Monde le 14 janvier, Magloire part à la rencontre de personnes qui ont rejoint l'Hexagone pour s'y installer, à la recherche d'un avenir meilleur. Photo © Aurelien Faidy / AutoFocus Prod

■■■ bailleur de fonds de TV5 Monde aux côtés du Canada, de la fédération Wallonie-Bruxelles, de la France, du Québec et de la Suisse.

En quoi son adhésion est-elle importante pour TV5 Monde ?

YB : La première raison est budgétaire puisque son apport est de 4,2 millions d'euros par an. C'est une enveloppe non négligeable dans un contexte de forte inflation et alors que TV5 Monde a subi une baisse de sa dotation française trois années de suite. La seconde raison est psychologique. L'arrivée de la principauté de Monaco dans l'actionnariat de la chaîne a constitué une bouffée d'oxygène et montré l'attractivité de TV5 Monde. Elle a permis de remonter le moral des équipes après les coupes budgétaires et le plan de licenciements subis par l'entreprise.

D'autres candidats sont-ils prêts à intégrer l'actionnariat de TV5 Monde ?

YB : Non, il n'y en a pas d'autres. Nous avons discuté un temps avec le grand-duché du Luxembourg, mais cela ne s'est pas fait, ce n'est visiblement pas leur priorité. Nos différents gouvernements réfléchissent à la mise en place d'un système d'associations plutôt que d'adhésions, notamment avec les pays africains comme la Côte d'Ivoire, le Sénégal ou le Maroc.

« Avec l'apport des autres actionnaires, le budget global de la chaîne est de 117,9 M€ en 2023. »

La dotation de l'Etat français sera de 79,9 M€ en 2023, en hausse de 2,82 % et de 3,8 M€. Une hausse significative à vos yeux ?

YB : La France ne fait que rattraper un

retard après trois années de baisse de dotation. Ce supplément de budget est réparti entre les frais communs de fonctionnement général de l'entreprise, à 2,3 M€, et des frais spécifiques, à 1,5 M€, qui vont servir à acquérir des programmes français, notamment du cinéma et des séries pour la plateforme TV5Mondeplus. Avec l'apport des autres actionnaires, le budget global de la chaîne est de 117,9 M€ en 2023.

Quels sont les nouveaux programmes annoncés ?

YB : Nous travaillons à l'élaboration d'un feuilleton quotidien en Afrique francophone que nous espérons lancer à la rentrée de septembre 2024. Malheureusement, je ne peux pas encore dire avec quels partenaires de production, ni avec quel pays et quelles chaînes africaines nous lancerons le projet. Notre ambition est de faire un feuilleton panafricain. Nous avons élaboré le cadre éditorial, fait des ■■■

■ ■ ■ études budgétaires et finalisons les modalités économiques et de production du projet. Par ailleurs, nous lançons le 14 janvier la série documentaire *Rassembleance*, dans laquelle Magloire part à la rencontre de personnes qui ont rejoint l'Hexagone pour s'y installer, à la recherche d'un avenir meilleur. Et nous poursuivons la production de notre magazine environnemental *A la vie, à la terre*, incarné par Chloé Nabédian, avec quatre numéros inédits en 2023.

« Le budget d'acquisitions de programmes de TV5 Monde est de 15,4 M€. »

Quel est le montant du budget d'acquisitions de programmes et comment se répartit-il selon les genres ?

YB : Le budget d'acquisitions de programmes de TV5 Monde est de 15,4 M€, dont 3,9 M€ pour le cinéma, 2,9 M€ pour la fiction et 765 000 € pour le documentaire.

Votre 2e mandat a également été marqué par le lancement de la plateforme TV5Mondeplus. Quel bilan en faites-vous, deux ans après son lancement ?

YB : Nous avons lancé TV5Mondeplus en sortant du confinement en septembre 2020. Un lancement décidé et financé deux ans auparavant à l'initiative du Canada, qui a investi 14 millions de dollars canadiens. La plateforme est essentielle à la réussite de notre transformation numérique à l'échelle mondiale. Deux ans après son lancement, elle est dans les clous des attentes de notre conseil d'administration et des instances gouvernementales. Le catalogue de plus de 7 000 heures a atteint un plafond. Nous ne cherchons pas à le développer. Nous cherchons plutôt à gagner en attractivité avec des programmes « plus frais ». TV5Mondeplus est une plateforme AVOD francophone gratuite généraliste qui se veut le reflet de ce qu'est TV5 Monde. Elle propose du cinéma, de la fiction, du documentaire, mais aussi du divertissement, de la culture, voire de la haute culture, grâce à des accords que nous avons conclus



Fiction en 16 épisodes de 5 minutes, *Damoiselle* met en scène des personnes féminines à travers l'Histoire. Elle est une production originale de TV5 Monde. Photo © TV5 Monde

avec des musées. En termes de consommation, elle a atteint fin 2022 sa vitesse de croisière avec 2 millions de vidéos démarrées par mois. Aujourd'hui, la durée moyenne de visionnage est de 23 minutes, en progression constante. 60 % des programmes diffusés sont sous-titrés en cinq langues. Les cinq pays les plus consommateurs de la plateforme sont l'Algérie, la France, le Maroc, l'Espagne et l'Argentine. A noter que l'Egypte est dans le Top 10 et l'Irak dans le Top 20.

La plateforme a-t-elle un budget dédié et y voit-on de la production originale ?

YB : Non, il n'y a pas de budget spécifique, car tous les postes sont mutualisés autour de l'offre numérique qui représente plus de 60 millions de vues/mois. Nous y faisons déjà de la production originale, comme la fiction *Damoiselle* (16 x 5'), dont nous lançons la saison 2 le 18 janvier et qui met en scène des personnages féminins à travers l'Histoire, ou le magazine sur l'environnement, *Voilà pourquoi on se bat*, porté par la militante écologiste Camille Etienne et qui arrive en avril sur la plateforme.

Vous avez été contraint de suspendre la diffusion de TV5 Monde en Russie. Pourquoi et comment maintenir une diffusion de la chaîne dans les zones tendues ou de conflit ?

YB : C'est difficile. En Russie, pour ne

pas tomber sous le coup d'une nouvelle loi restrictive sur l'information, nous avons été contraints de suspendre nos contrats de distribution avec les câblo-opérateurs, ce qui nous a fait perdre un potentiel de 15 millions de foyers. Mais la chaîne reste accessible via le satellite auprès de 1,7 million de foyers, ainsi que via toutes nos offres numériques. En Afrique, tout n'est pas simple, notamment au Mali ou au Burkina Faso, mais la chaîne est normalement distribuée.

« Aujourd'hui, ce serait une grave erreur d'envisager de diffuser TV5 Monde uniquement par le numérique. L'audience de la chaîne s'effondrerait de manière spectaculaire. »

Une chaîne 100 % numérique, est-ce envisageable ?

YB : Peut-être serait-ce envisageable dans dix ans, quand la place du numérique sera prépondérante. Aujourd'hui, ce serait une grave erreur d'envisager de diffuser TV5 Monde uniquement en numérique. L'audience de la chaîne s'effondrerait de manière spectaculaire. La chaîne est largement diffusée par le satellite. C'est d'ailleurs une question de souveraineté. Un Etat peut couper internet, plus difficilement le ■ ■ ■



Web-série de 6 x 15' produite par La Dame de Coeur et Effervescence, Les Sentinelles bleues dresse le portrait de femmes et d'hommes qui ont fait de la protection des océans leur quotidien. Une réalisation de Victor Bocquillon, mise en ligne en exclusivité sur TV5Mondeplus. Photo © Crédits

■ ■ ■ satellite. Et puis, en Afrique, la data coûte très cher et le réseau est de qualité médiocre en dehors des grandes villes. Ce qui fait la force de TV5 Monde en Afrique, c'est son information indépendante, complète et multilatérale. Nous visons la distribution maximale de la chaîne, câble, satellite, OTT, IPTV, TNT, numérique, sur mobile, en accumulant, si possible, les différents modes de distribution.

« Nos ressources propres représentent un peu plus de 9 % du budget global de la chaîne, soit 9,2 M€ en 2022. »

Quelle est la proportion des ressources propres de la chaîne ?

YB : Nos ressources propres représentent un peu plus de 9 % de notre budget global, soit 9,2 M€ en 2022. Elles proviennent des recettes publicitaires dans les pays où la publicité est autorisée (2,9 M€ de recettes nettes en 2022) et

des revenus de distribution (6,3 M€ en 2022). Les deux ont malheureusement supporté des baisses ces dernières années. Les principaux annonceurs publicitaires de la chaîne, à savoir les compagnies aériennes, chaînes hôtelières, agences de voyages, offices du tourisme, ont délaissé nos écrans durant la pandémie. Et les différents confinements à travers le monde ont fait baisser nos revenus de distribution de l'ordre de 300 000 €.

TV5 Monde a le statut d'opérateur de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF). En quoi est-ce important ?

YB : C'est très important car ce statut garantit notre diffusion gratuite dans l'ensemble des 88 Etats membres de l'OIF. En échange de quoi, TV5 Monde a deux obligations : elle doit couvrir les sommets des chefs d'Etat, dont le prochain se déroulera fin 2024 en France, et diffuser, tous les quatre ans, les Jeux de la Francophonie. Les prochains auront d'ailleurs lieu cet été à Kinshasa.

Vous êtes à la tête de TV5 Monde depuis dix ans. De quoi êtes-vous le plus fier ?

YB : Je suis fier d'avoir fait de TV5 Monde une entreprise audiovisuelle dynamique qui est l'expression permanente et quotidienne de son ADN francophone multilatérale, réunissant Français, Québécois, Suisses, Belges, Monégasques et Africains. Depuis janvier 2013, la distribution et l'audience de la chaîne ont doublé. 421 millions de foyers dans 197 pays (contre 212 millions il y a dix ans) reçoivent aujourd'hui les chaînes de TV5 Monde pour une audience qui est passée de 30 à 62 millions de téléspectateurs hebdomadaires dans les 24 pays où elle est comptabilisée. Je suis fier, également, d'avoir convaincu la principauté de Monaco de rejoindre TV5 Monde. Et je suis fier, enfin, d'avoir reçu le Laurier de l'audiovisuel de la personnalité de l'année 2021. ■

Propos recueillis
par Carole Villevet

Baya Kasmi (réalisatrice, scénariste) :

« Mes personnages sont issus de la diversité parce que j'en ai envie, j'aurais détesté qu'on m'y force. »

Avec *Youssef Salem a du succès*, Baya Kasmi signe son 2e long métrage en tant que réalisatrice, sept ans après *Je suis à vous tout de suite*. En dessinant le portrait d'un écrivain renvoyé à ses origines maghrébines à la suite d'un succès de librairie inattendu, elle questionne de nouveau les thèmes de l'identité, de la double culture et de la famille. La réalisatrice et scénariste nous parle de cette nouvelle comédie, de la diversité, du marketing, de la nécessité de défendre les films dits « du milieu », de ses projets.

Satellifacts Magazine : Avec *Youssef Salem a du succès*, vous abordez de nouveau le thème du tiraillement identitaire. Pourquoi ?

Baya Kasmi : La représentation de l'arabe en France draine une complexité très intéressante à traiter. Le tiraillement identitaire me passionne. J'aime écrire des personnages qui essaient de s'en libérer et de rebattre les cartes. En tant qu'individus, nous avons toujours le choix de nous définir nous-mêmes au lieu d'être définis par les autres. Tout mon film traite de cette question : comment ne pas être réduit à ses origines ? Comment être libre d'être soi-même ?

Dans le cinéma français, est-ce difficile de ne pas être réduit à ses origines ?

BK : Personnellement, je n'ai pas cette difficulté car mes origines algériennes ne se voient pas physiquement et car j'ai une double culture puisque ma mère est française. En revanche, je la ressens lorsque je traite de personnages issus de l'immigration. Les membres de la famille de *Youssef Salem* sont tous différents et ne sont pas définis par leur origine. On me renvoie pourtant à cette identité. La critique de mon film dans le magazine *Première* par exemple, qui par ailleurs est très bonne, renvoie les spectateurs à des films comme *Arthur Rambo* de Laurent Cantet ou *Travail d'Arabe* de Christian Philibert. Ce ne sont pas des comédies. Leur seul point commun avec mon film est d'avoir des personnages arabes. Cela me trouble.

La comédie justement, est-ce le meilleur moyen pour vous d'avancer ?

BK : Oui, parce que le débat public et



Avec *Youssef Salem a du succès*, Baya Kasmi signe son deuxième long métrage en tant que réalisatrice, sept ans après *Je suis à vous tout de suite*. Photo © Pascalito/M6

dans les familles en France est très passionné et tendu sur ces sujets de l'identité ou de la réussite sociale. Pour mon coscénariste Michel Leclerc et moi-même, la comédie a toujours

été la meilleure façon de dédramatiser et de créer un nouveau regard sur ces questions, un regard plus intime, plus joyeux, plus absurde aussi.





Baya Kasmî avec son comédien principal Ramzy Bedia sur le tournage de Youssef Salem a du succès.
Photo © Stéphanie Branchu

Sentez-vous des progrès dans la représentation de cette diversité à l'écran ?

BK : Cela fait plus de vingt ans que je travaille dans ce métier, pour la télévision et le cinéma, et j'ai l'impression qu'il y a eu énormément de progrès, d'abord pour les acteurs. Lorsqu'on écrivait des séries TV il y a vingt ans, il fallait vraiment se battre sur les castings pour faire valoir que tel ou tel personnage pouvait être de n'importe quelle origine. Il y a eu ensuite une prise de conscience d'un besoin de représentativité et d'acteurs issus de la diversité. S'en est suivie toute une phase d'angoisse totale où les Arabes et les Noirs qui ne jouaient que des avocats ou des médecins ! Il y a une gêne en France avec cette représentation. Or un personnage issu de l'immigration peut tout incarner. Dans mon film, Youssef Salem revendique d'ailleurs son droit à la médiocrité. Il faut arrêter

de mettre l'origine au premier plan et nous sommes en train de gagner cette bataille pour les acteurs. Après, pour les réalisateurs et le reste de la filière, les progrès sont plus lents. Mais avec les efforts de la Fémis dans ses modes de recrutement et l'arrivée d'autres écoles comme la CinéFabrique ou Kourtrajmé, je suis optimiste. La profession prend conscience qu'il y a besoin de raconter d'autres histoires et je pense que les résultats se verront dans les dix prochaines années.

« On peut faire un film féministe avec seulement des hommes et on peut faire un film extrêmement misogyne avec seulement des femmes. »

Que pensez-vous d'initiatives comme celles des Oscars qui imposent des critères d'éligibilité extrêmement contraignants, comme avoir au moins un personnage principal ou secondaire issu d'une minorité ?

BK : Je suis très partagée. Je sais que les obligations peuvent donner des résultats, mais le fond de ma pensée est que ça m'exaspère ! Par exemple, le test de Bechdel qui définit si un film est féministe ou pas est intéressant pour évaluer la situation générale, mais vouloir faire entrer tous les films dans ses critères n'a aucun sens. On peut faire un film féministe avec seulement des hommes et on peut faire un film extrêmement misogyne avec seulement des femmes. On peut faire un film avec uniquement des Blancs pour très bien parler de l'absence des minorités. Il faut que les films ressemblent à leurs auteurs. Pour qu'une œuvre soit percutante et sensible, il faut avant tout qu'elle soit sincère. ■ ■ ■



A l'affiche de Youssef Salem a du succès, Ramzy et Melha Bedia, frère et sœur dans la vie comme dans le film.
Photo © 2022 Domino Films / Farnce 2 Cinéma

■ ■ ■ Mes personnages sont issus de la diversité parce que j'en ai envie, j'aurais détesté qu'on m'y force !

En toile de fond de votre film, il y a aussi une satire très drôle du milieu de l'édition et du marketing. Est-ce applicable au cinéma ?

BK : Cette description du monde de l'édition est bien sûr valable pour le monde du cinéma. Toutes les œuvres artistiques sont soumises à la communication, à la vente, au buzz, à des systèmes d'analyse qu'en tant qu'artiste on ne comprend pas toujours. On fait nos films dans le cadre d'une industrie et la question de savoir s'ils vont pouvoir toucher un public arrive très vite.

Cette question est-elle plus aiguë qu'avant ?

BK : C'est de pire en pire. En tout cas, il y a une tension dont nous avons tous pris conscience progressivement. J'ai le sentiment qu'il devient très compliqué de faire des films qui ne soient pas des grosses productions visant un large public ou des films d'auteur visant les festivals. Entre les deux, il y a toute une diversité de films qui sont encore plus des prototypes, dans le sens où ils ne rentrent pas dans ces deux cases. Je fais partie de l'ARP et nous nous battons à tous les niveaux pour inventer de nouveaux remparts. Garder le cinéma

vivant dans toute sa diversité est un combat et un débat permanent entre nous.

« Il y a une logique de concentration de la publicité sur les plus gros films. »

Comment vendre par exemple un film comme le vôtre ?

BK : C'est un casse-tête précisément parce qu'il est difficile à résumer. La communication aujourd'hui, c'est un sujet, un verbe, un complément ! C'est une information concise pour donner l'impression d'un sujet net et simple alors qu'une œuvre cinématographique est du domaine de l'ambiguïté. De plus, il est très compliqué pour les distributeurs indépendants de batailler dans un système de sorties à plus de 15 films par semaine avec des moyens de communication très différents de ceux des studios. Il y a une logique de concentration de la publicité sur les plus gros films. Ce qui malgré tout me rassure, c'est qu'il y a tout de même chaque mois en France des films qui créent la surprise.

Comment parvenez-vous à communiquer avec ces impératifs ?

BK : Moi, je n'y arrive pas ! Ramzy, lui,

parvient à résumer le film en disant que c'est l'histoire d'un écrivain raté qui a enfin du succès mais avec un livre qui n'est pas le bon ! Au fond, les images sont le meilleur argument et nous misons beaucoup sur la bande-annonce. Avec Tandem, mon distributeur, nous sommes très heureux aussi d'avoir pu le montrer à Angoulême puis au Congrès des exploitants, ce qui l'a lancé dans la profession. Le film est vraiment désiré et relayé par les exploitants, ce qui est extrêmement important.

Quel est le budget du film et a-t-il été compliqué à monter ?

BK : Le film a été plutôt facile à monter au départ car nous avons eu l'avance sur recettes du premier coup. Malgré tout, le climat était défavorable puisque les cinémas étaient fermés. Les chaînes de télévision ont été très collaboratives mais nous avons eu beaucoup de mal à trouver un distributeur. La plupart des distributeurs n'achetaient plus rien. Heureusement, Tandem s'était créé peu de temps avant le confinement et n'avait pas trop de projets sur les étagères. Le budget de fabrication est autour de 3,2 M€ et le budget total autour de 4 M€. Nous aurions pu faire le film en annexe 3 mais avons décidé de rester en annexe 1, ce que j'ai parfois regretté car nous étions à ce point limite où, compte tenu du nombre de décors et de comédiens, la tension s'exerce ■ ■ ■



Noémie Lvovsky dans le rôle de l'éditrice passionnée et survoltée de Youssef Salem, prête à tout pour faire du roman de son poulain un best-seller.
Photo © 2022 Domino Films / Farnce 2 Cinéma

■■■ sur le temps de tournage. Le plan de travail était très serré au point qu'il m'est arrivé de tourner six scènes très importantes et très longues en une soirée et une nuit !

« La reprise de la fréquentation est certes liée à des succès comme celui d'Avatar mais aussi à beaucoup de films français. »

La fréquentation en 2022 s'établit à 152 millions d'entrées. Est-ce pour vous bon signe ou regrettez-vous comme certains que les 10 premières places soient occupées par des films américains ?

BK : Il est vrai qu'Avatar a fait beaucoup

de bien pour atteindre ce chiffre ! Ceci dit, je ne suis pas du tout dans l'état d'esprit de remettre en cause la qualité des films français. Je partage les inquiétudes et la volonté de lutter pour garder le cinéma français vivant, mais je pense que 2022 a été une très belle année pour ce cinéma. Je suis en train de regarder les films des Césars et il y a un nombre énorme de films différents et formidables. Je trouve que le secteur est extrêmement vivant et fort. La reprise de la fréquentation est certes liée à des succès comme celui d'Avatar, mais aussi à beaucoup de films français, ces films du milieu justement, à la fois exigeants et populaires, même si nous devons lutter pour les faire. Peut-être qu'on peut faire mieux, sans doute n'attirons-nous pas assez le jeune public, sans doute avons-nous du mal à faire des films à gros budgets exigeants, mais je reste confiante.

Avez-vous déjà un autre film en préparation ?

BK : J'ai même plusieurs projets ! J'ai écrit un long métrage produit par Karé Productions, *Mikado*, avec Félix Moati et Ramzy Bedia, que j'aimerais tourner cet été et qui racontera l'histoire d'une famille nomade vivant en marge de la société et dont la fille adolescente se prend à rêver d'une vie normale. J'ai également un projet d'adaptation d'un roman de Nicolas Mathieu, *Rose Royal*, qui est en écriture et j'ai un nouveau projet avec Domino, la société qui a produit *Youssef Salem a du succès*. Par ailleurs, j'écris avec Michel Leclerc son prochain long métrage qui sera une comédie de cape et d'épée ! ■

Propos recueillis
par Florence Leroy



Les articles de ce magazine sont protégés par le droit d'auteur

Avant d'en faire des copies dans le cadre de votre activité professionnelle, assurez-vous qu'un contrat d'autorisation a été signé avec le CFC

www.cfcopies.com
01 44 07 47 70



TAT Productions

(David Alaux, Jean-François et Eric Tosti) écrit une nouvelle page

A l'affiche avec pas moins de deux longs métrages à venir, en 6 mois, le studio d'animation 3D toulousain TAT Productions reste fidèle à la discrétion qui le caractérise depuis ses débuts. Après l'ouverture récente à la prestation et la fabrication de la minisérie *Astérix* d'Alain Chabat, pour Netflix, 2023 confirme une nouvelle stratégie structurée autour de trois départements, dont un dédié à la production TV avec laquelle la société renoue.



Jean-François Tosti (à gauche) et David Alaux (à droite), cogérants de TAT Productions qu'ils ont cofondée avec Eric Tosti, toujours associé de la société au sein de laquelle, en revanche, il n'exerce plus aucune fonction depuis quelques années. Photo © Cinemed

Le 25 janvier, la sortie du long métrage *Pattie et la Colère de Poséidon* donnera le coup d'envoi « d'une année un peu folle » pour TAT Productions, décrit Jean-François Tosti, cogérant et cofondateur, avec Eric Tosti et David Alaux, de la société et du studio, spécialisés dans l'animation 3D pour la télévision, le cinéma et dorénavant les plateformes. En effet, le 16 août prochain, soit seulement 6 mois plus tard, arrivera en salles un autre film maison, *Les As de la jungle 2 : Opération tour du monde*, propriété phare de TAT qui a fait sa renommée à l'international. Cette configuration, inédite pour la

structure toulousaine et dans l'industrie de l'animation en général, s'explique par des changements de dates afin de positionner au mieux les titres dans un marché toujours plus compétitif. La sortie de *Pattie et la Colère de Poséidon* a ainsi été différée et celle des *As de la jungle 2* avancée.

Concernant *Pattie et la Colère de Poséidon*, « c'est à ce jour notre production la plus aboutie », livre Jean-François Tosti, également coscénariste du film, comme de la plupart des œuvres issues de chez TAT. D'un budget de 10 millions d'euros,

le plus important jamais porté par la société, le long métrage est aussi celui qui s'est le mieux exporté à l'international, à ce stade, avec « plus de 70 territoires, pour un volume financier de ventes deux fois supérieur à d'habitude », poursuit le producteur. « On a le sentiment qu'il peut rassembler un public encore plus large que les précédents, du fait du cadre mythologique, qu'on sait assez attractif pour les enfants et pour les parents, et d'un personnage central attachant, qui suscite tout de suite de l'empathie », précise-t-il.





En salles le 25 janvier, *Pattie et la Colère de Poséidon*, de David Alaux, est le quatrième long métrage produit par TAT après *Les As de la jungle*, *Terra Willy - planète inconnue* et *Pil*.
Photo © TAT Productions

■ ■ ■ Concentrée sur le cinéma depuis quelques années, avec un objectif d'un long métrage par an, en moyenne, TAT enchaînera avec la sortie déjà planifiée de *Pets on a Train* en 2025. « On revient à notre ADN des animaux qui parlent. Et pour la première fois on s'ancre dans un environnement américain qui étend le spectre du film. C'est de toute évidence notre proposition la plus commerciale », commente Jean-François Tosti.

Leur nouveau développement en cours, *Love Birds*, les entraînera dans l'univers de la « comédie romantique animée, avec des oiseaux ». Écrit par deux auteurs américains, le projet a été amené par la romancière, scénariste,

réalisatrice et productrice Amanda Sthers. Il est coproduit avec sa société Idea(l), à Los Angeles. « On reste dans une proposition familiale d'animation 3D comme on sait faire, mais avec un petit truc en plus qui va élargir la cible », observe Jean-François Tosti. *Love Birds*, qui sera entièrement fabriqué à Toulouse, s'inscrit dans une ère nouvelle pour TAT qui consiste à collaborer avec des talents extérieurs à la société alors qu'auparavant, ses productions étaient écrites et/ou réalisées soit par ses trois associés, soit par des créateurs internes.

L'arrivée de *Love Birds* dans le line-up de TAT coïncide avec l'ouverture de l'entreprise à la prestation qui a entraîné un afflux de sollicitations, y compris pour des projets en coproduction. Début 2022, le studio a annoncé avoir été choisi pour la conception graphique et fabrication de la minisérie événementielle *Astérix*, réalisée par Alain Chabat et Fabrice Joubert pour Netflix. Il l'a emporté parmi les trois studios français mis en compétition par la plateforme.

Jusque-là, les trois associés de TAT, nom qui réunit les initiales de leurs patronymes respectifs, n'avaient jamais voulu faire de la production exécutive. De formation scientifique, les frères Tosti et leur ami d'enfance David,

autodidactes en matière d'animation, avaient d'abord exercé leur passion en amateurs, avant de réaliser qu'elle pouvait devenir un métier et de créer une structure pour initier leurs propres projets.

Plusieurs raisons les ont fait changer d'avis quant à la production exécutive. « Nous sommes régulièrement sollicités et le Covid est passé par là. Notre modèle basé uniquement sur le long métrage est super, on y arrive, mais il s'avère quand même ultrafragile, et beaucoup plus encore aujourd'hui qu'il y a deux ans. Au moment où nous réfléchissions à faire de la prestation, Netflix nous a contactés », explicite Jean-François Tosti. « La seule chose qu'on peut dire, c'est que ça se passe bien », ajoute le producteur, soumis à des clauses de confidentialité. « Netflix a amené sur le projet des grands noms de l'animation, comme le Français Kristof Serrand, ou l'Espagnol Borja Montoro. C'est un plus pour la série et pour nos équipes. Tout le monde apprend et progresse à travers cette aventure », souligne-t-il néanmoins.

Dans la continuité de la réflexion menée ces derniers mois, TAT a également décidé de relancer l'activité de séries TV, à l'arrêt depuis que la société avait choisi de se focaliser sur le cinéma. L'année 2023 acte la nouvelle stratégie ■ ■ ■

Repères

Création : 2000

Fondateurs associés :

Jean-François Tosti, Eric Tosti, David Alaux

Dirigeants : Jean-François Tosti et David Alaux

Siège : Toulouse

Effectif permanent : une quarantaine

Chiffre d'activité (avec les subventions) en 2022 : autour de 15 M€

■ ■ ■ établie avec la réouverture d'un département dédié à des productions audiovisuelles issues des propriétés maison, aux côtés de celui dévolu aux longs métrages initiés par TAT, et d'un troisième pour des « prestations premium », comme *Astérix*, destinées à des plateformes ou à des producteurs indépendants. Le département TV compte déjà un développement, la série *Les Aventures de Pil*, d'après le long métrage *Pil*, sorti en 2021.

Si ses plans se déroulent comme prévu, TAT, d'un effectif actuel d'environ 200 collaborateurs, passera à 350 dans deux ans, échéance à laquelle la superficie de ses locaux doit doubler. « Nous sommes face à des gros enjeux à la fois en termes d'investissements et de recrutements qui sont très très compliqués, comme pour tous les autres studios d'animation français en ce moment », note Jean-François

Tosti. Le secteur se retrouve dans cette situation paradoxale où il n'y a jamais eu autant de travail et en même temps une pression énorme, car les ressources manquent pour tout absorber. Face à cette tension et pour mettre toutes les chances de son côté, TAT a par exemple décidé de changer un des logiciels qu'elle utilise depuis près de vingt ans, 3ds Max, pour passer une partie de la production sur Maya, outil beaucoup plus répandu chez les techniciens.

« La période est très excitante. C'est très satisfaisant de voir que le travail fourni depuis vingt ans nous permet d'atteindre un niveau professionnel qu'on n'imaginait pas forcément, d'ouvrir de nouvelles portes, de faire de nouvelles rencontres, et, donc, d'évoluer, au moment où l'on aurait pu d'une certaine manière stagner », analyse Jean-François Tosti. A l'avenir, les dirigeants de TAT veulent continuer



Propriété phare de TAT Productions, *Les As de la jungle* était à l'origine une série TV au retentissement mondial, avec une diffusion dans plus de 200 territoires, dans une cinquantaine de langues. Après un premier long métrage, le deuxième opus sortira en août prochain. Photo © TAT Productions

à faire ce qu'ils aiment, en production déléguée et en prestation. « C'est notre leitmotiv depuis le début », met en avant Jean-François Tosti. ■

Emmanuelle Miquet

Fiche infos

A VENIR

Pattie et la Colère de Poséidon de David Alaux, coscénariste du long métrage avec Eric et Jean-François Tosti. Auteurs graphiques : Benoît Daffis, Laurent Houis. Coproduit avec Apollo Films, distributeur France. La vie s'écoule paisiblement à Yolcos, prospère ville portuaire de la Grèce antique, lorsque la population est menacée par la colère de Poséidon. Une jeune souris aventurière et le chat qui l'a adoptée vont aider à son insu le vieux Jason et ses Argonautes, dans leur quête pour sauver la cité. Sortie le 25 janvier.

EN PRODUCTION

Les As de la jungle 2 de Benoît Somville, Laurent Bru et Yannick Moulin. Long métrage d'après un scénario de David Alaux, Eric et Jean-François Tosti et leur univers graphique, en salles le 16 août. Coproduit avec SND, distributeur France et vendeur international. A la veille de la saison des pluies, la bande des As doit sauver la jungle où se répand une étrange mousse rose qui explose au contact de l'eau, et parcourt le monde pour dénicher l'ingrédient secret nécessaire à la fabrication de l'antidote.

Astérix (5 x 30') réalisé par Fabrice Joubert et Alain Chabat, coauteur avec Benoît Oullion. Producteur délégué : Légende Films en collaboration avec les Editions Albert René. Inspirée de l'album *Le Combat des chefs* de René Goscinny et Albert Uderzo, la minisérie à venir en 2024, sur Netflix, est centrée sur le druide Panoramix qui perd la raison après avoir reçu un menhir sur la tête.

EN PREPRODUCTION

Pets on a Train de Benoît Daffis et Jean-Christian Tassy. Long métrage coécrit par David Alaux, Eric et Jean-François Tosti. Auteurs graphiques : Benoît Daffis et Laurent Houis. Un train dont les passagers ont dû évacuer avant le départ démarre avec, à son bord, pour seuls voyageurs les animaux de compagnie. Le convoi fou est sous le contrôle d'un blaireau manipulateur qui veut se venger du chien policier l'ayant mis jadis sous les verrous. Sortie prévue en 2025.

EN DEVELOPPEMENT

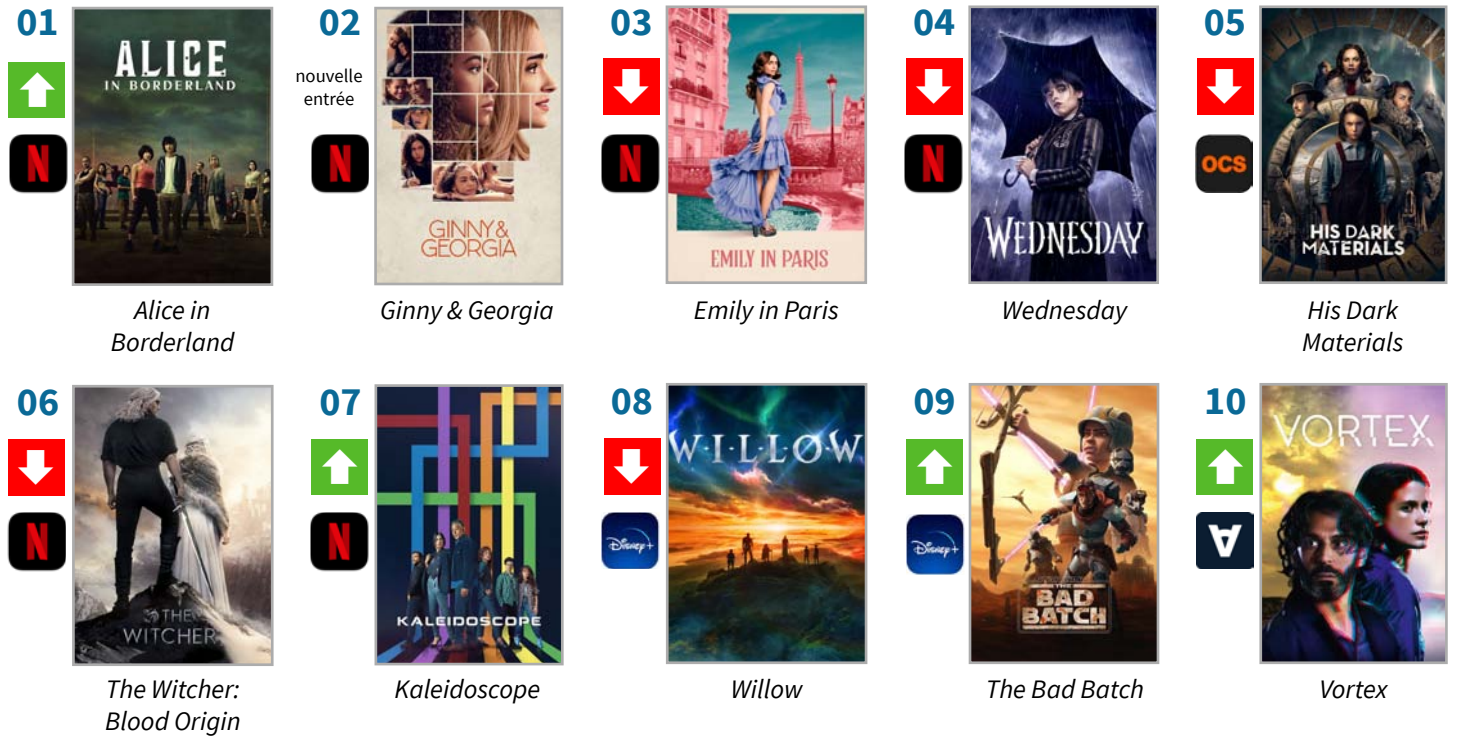
Les Aventures de Pil, série déclinée du long métrage *Pil* de Julien Fournet, en cours d'écriture de la bible et des premiers épisodes. Dans un format a priori de 52 épisodes de 13 minutes, son histoire se passe après le film. Lancement de la production prévu fin 2023 pour une livraison fin 2025. Diffuseur annoncé prochainement.

Love Birds. Réalisateur à venir. Comédie romantique pour le cinéma sur une idée originale d'Amanda Sthers, coproductrice via Idea(l). Coscénaristes : Debbie Jhoon et J. Michael Feldman. Un inséparable parcourt le pays pour retrouver son amour. Elle voyage avec un pigeon agaçant mais amusant, et découvre qu'il n'existe pas qu'un seul schéma pour aimer. Mise en production prévue en fin d'année pour une sortie en 2026.

Le classement des séries les plus regardées

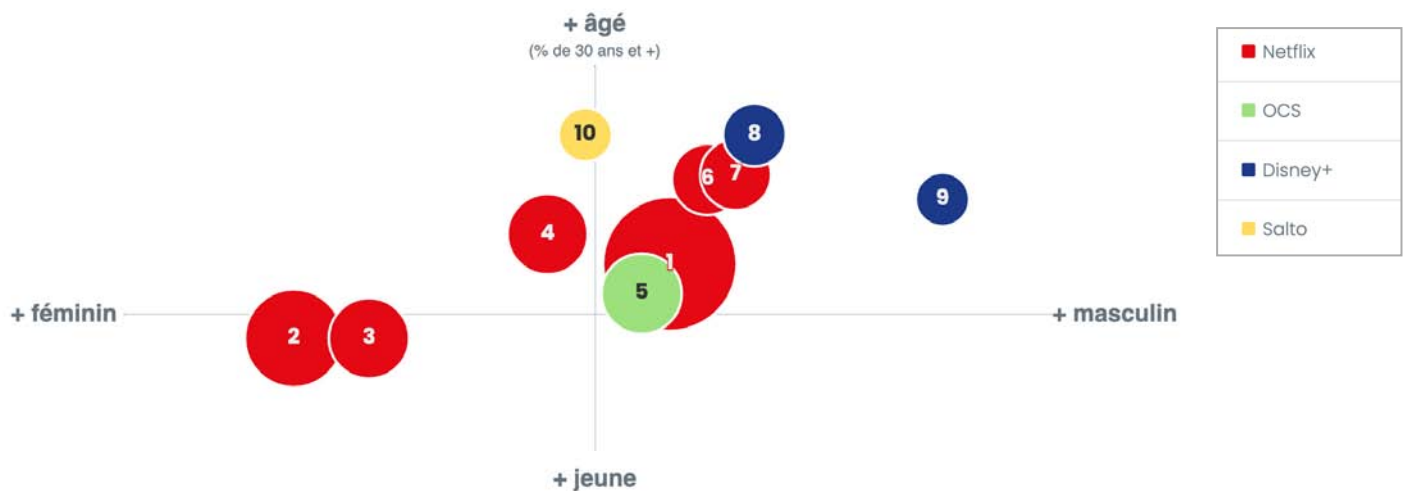
du 5 au 11 janvier 2023*

Classement des séries les plus vues ces 7 derniers jours sur la communauté BetaSeries, sur les plateformes SVOD, excluant tout contenu illégal / non disponible en France.



Tendances (hausse, baisse, maintien ou nouvelle entrée) par rapport à la semaine du 29 décembre 2022 au 4 janvier 2023.

Profil audience Top 10



* Ce classement est établi sur la base des déclarations de 50 000 utilisateurs actifs (54 % d'hommes, 46 % de femmes ayant vu au moins un épisode sur le mois) des applications BetaSeries, communauté francophone des fans de séries (4,8 millions de visiteurs uniques / mois).

Rubrique réalisée pour *Satellifacts Magazine* par

betaseries
INSIGHTS

Audiences quotidiennes OTT, performances des séries et des plateformes.
info@betaseries.com

Les 3 événements d'antenne de la quinzaine

13 AU 27 JANVIER 2023

NOUVEAU : dans chaque numéro de *Satellifacts Magazine*, nous mettons en avant des événements marquants dans les grilles de programmation des chaînes TV.

Election de Miss Univers

(en direct de La Nouvelle-Orléans)



Dimanche 15 janvier à 2h du matin

Diffuseur exclusif de Miss Univers depuis 1998, Paris Première présente la soirée en direct de la Nouvelle-Orléans.

Floriane Bascou, première dauphine de Miss France 2022, représentera la France dans cette élection commentée en direct par Sylvie Tellier et François Pier Pélinard-Lambert.

Soirée spéciale dédiée à Alexandre Litvinenko

(une minisérie et deux documentaires inédits)



Jeudi 19 janvier à 21h15

M6 consacre sa soirée du jeudi 19 janvier à Alexandre Litvinenko, ancien agent des services secrets russes et lanceur d'alerte, qui a prétendu avoir été empoisonné sur ordre direct de... Vladimir Poutine. La minisérie anglaise *Meurtre au polonium, l'affaire Litvinenko* (4 x 52') raconte l'enquête menée par Scotland Yard après les révélations, sur son lit de mort,

d'Alexandre Litvinenko (David Tennant). Une course contre la montre s'engage pour découvrir la nature du poison ingéré, mais aussi pour comprendre qui a pu se fournir en polonium 210, une substance radioactive hautement toxique et très rare, pour décider de tuer un homme... La série a été écrite par George Kay, créateur et showrunner de *Lupin*, d'après l'histoire vraie d'Alexandre Litvinenko et réalisée par Jim Field Smith.

A l'issue de la diffusion des deux premiers épisodes de la minisérie, M6 proposera deux documentaires inédits : *Affaire Litvinenko : Un meurtre d'Etat*, un film de John Holdsworth qui revient sur l'empoisonnement de l'agent secret et la dangerosité du polonium, et *Oligarques russes : La Grande Traque*, un film de Vincent Prado qui enquête sur la fortune colossale des oligarques russes.

Soirée spéciale *Caméra Café : 20 ans déjà* (fiction, 90' et documentaire, 60')



Mardi 24 janvier à 21h15

Diffusée la première fois sur M6 en septembre 2001, *Caméra Café* a été un marqueur fort de l'identité de M6, avec une moyenne de 3,2 millions de téléspectateurs chaque soir.

Vingt ans après, Jean-Claude (Yvan Le Bolloc'h) et Hervé (Bruno Solo) se retrouvent dans une fiction inédite en prime time, réalisée par les deux comédiens et intitulée *Caméra Café : 20 ans déjà !* Dans ce nouvel opus, Jean-Claude, devenu un has-been dans une société transfigurée en entreprise 2.0, est licencié. Hervé va l'aider à faire ses cartons et ils vont égrainer leurs souvenirs, mêlant la grande et la petite histoire de ces vingt dernières années.

A 23h, M6 enchaîne avec le documentaire *Caméra café : 20 ans après*, dans lequel la réalisatrice Anne-Sophie Dobetzky revient sur la genèse de la série, ses secrets de fabrication, son succès et emmène les téléspectateurs dans les coulisses de son retour événement.

Les nouveaux programmes de la quinzaine

13 AU 27
JANVIER
2023

Fictions, documentaires, magazines... Chaînes et plateformes misent régulièrement sur de nouveaux programmes pour attirer les spectateurs et fidéliser leurs audiences. Dans *Satellifacts Magazine*, nous vous proposons une sélection parmi les nouveautés de la quinzaine.

5 fictions

L'Affaire d'Outreau (série fiction, 4 x 50')



2

> A partir du mardi 17 janvier à 21h10 et dès 6h sur france.tv

Produite par l'unité documentaires de France Télévisions, la minisérie *L'Affaire d'Outreau* se présente pourtant comme une fiction. Mêlant de manière innovante, dans un immense studio de 1 000 m², reconstitutions des interrogatoires et témoignages des principaux protagonistes de cet incroyable fiasco judiciaire, la minisérie donne à voir, entendre et comprendre comment l'instruction judiciaire.

Une série écrite et réalisée par Olivier Ayache-Vidal et Agnès Pizzini. Production France : Point du Jour (Luc Martin-Gousset), Les Films du Balibari. Production Belgique : Tarantula (Joseph Rouschop).

Septième Ciel (série fiction, 10 x 26')



OCS
max

> A partir du jeudi 19 janvier à 21h

Prix de la meilleure série en 26' lors de l'édition 2022 du Festival de la fiction de La Rochelle, *Septième Ciel* raconte l'histoire d'amour entre deux octogénaires dans une maison de retraite et entend questionner notre rapport à nos aînés.

Casting : Féodor Atkine, Sylvie Granotier, Irène Jacob, Justine Lacroix. Scénario : Clémence Azincourt avec Alice Vial. Réalisation : Alice Vial. Production : Next Episode (Henri Debeurme et Aurélia Grossmann).

Piste noire (série fiction, 6 x 52')



2

> A partir du lundi 23 janvier à 21h15

Thriller sentimental, *Piste noire* raconte les coulisses d'une station de ski et l'affrontement entre une maire convaincue de l'urgence d'investir, une opposition écologiste déterminée et tout autant convaincue, des saisonniers exploités, etc.

Casting : Constance Labbé, Thibault de Montalembert, Hélène Seuzaret, Pierre-Yves Bon, Déborah Krey, Christiane Millet. Scénario : Jennifer Have, Anne Peyregne, Robin Barataud, Pierre Delorme, Monica Rattazzi, Sylvain Saada. Réalisation : Frédéric Grivois. Production : Macondo (Charline de Lépine).

La Nuit où Laurier Gaudreault s'est réveillé (série fiction, 5 x 60')



CANAL+

> A partir du lundi 23 janvier à 21h

Première série TV écrite et réalisée par le metteur en scène et comédien québécois Xavier Dolan, *La Nuit où Laurier Gaudreault s'est réveillé* raconte comment une fratrie se désagrège à partir d'un secret trop lourd à porter.

Scénario et réalisation : Xavier Dolan d'après la pièce de Michel Marc Bouchard. Production : Productions Nanoby, en collaboration avec Canal+ et Québecor Contenu. Musique originale : Hans Zimmer et David Fleming. Avec Xavier Dolan, Julie Le Breton, Patrick Hivon, Eric Bruneau, Magalie Lépine-Blondeau, Anne Dorval, Julianne Côté, Jasmine Lemée, Elijah Patrice, Pier-Gabriel Lajoie...

Louis 28 (série fiction, 10 x 22')



france-tvslash

> Dès le vendredi 27 janvier

De nos jours, dans une France où la monarchie n'a jamais été abolie, un accident d'avion coûte la vie à toute la famille royale. Samia, prof naïve et sans autorité, apprend que son fils Cédric, un adolescent nigaud né d'une union passagère avec un noble, est l'héritier du trône. Développant un

point de vue original sur notre société et son rapport au pouvoir, cette uchronie est tout à la fois une réflexion sur la montée des populismes, les ravages de l'infotainment et la jeunesse.

Casting : Nils Othenin-Girard, Nadia Roz, Gilles Gaston-Dreyfus, Marie-France Alvarez, Brice Michelini, Sarah Stern. Scénario : Maxime Donzel, Géraldine de Margerie avec la collaboration de Niels Rahou et Camille Rosset. Réalisation : Géraldine de Margerie et Maxime Donzel. Production : Ex Nihilo (David Coujard et Nicolas Blanc).

4 séries documentaires

Rassemblement

(série documentaire, 20 x 26')



> A partir du samedi 14 janvier, 9h / TV5 Monde et TV5Mondeplus

Portée et inspirée par la vie de Magloire Delcros-Varaud, né d'une mère togolaise et élevé par une mère française du sud-ouest de la France, la série documentaire part à la rencontre de personnes qui ont rejoint l'Hexagone pour s'y installer, à la recherche d'un avenir meilleur.

Production : Broadster (Aurélien Combelles) et Memento Productions (Thierry Marro).

Planet Killers

(série documentaire, 4 x 52')



> Lundi 23 janvier à 21h / France 5

France 5 inaugure sa case hebdomadaire consacrée aux questions environnementales avec la nouvelle série de Martin Boudot, *Planet Killers*, qui retrace la poursuite de criminels au sein de l'Unité des crimes environnementaux de l'agence internationale d'Interpol. Les deux premiers numéros sont intitulés *Le Prince du carbone* (réalisé par Martin Boudot) et *Le Roi de l'ivoire* (réalisé par Hugo Van Offel).

Production : Premières Lignes.

Les Voyageurs solidaires

(série documentaire, 2 x 52')



> Mercredis 25 janvier et 1er février à 20h45 / Ushuaïa TV

Dans cette minisérie documentaire, une personnalité publique se rend dans un lieu impacté par le tourisme de masse afin de découvrir et soutenir une association écologique. Accompagné et guidé, caméra au poing, par le journaliste-documentariste Stéphane Basset, le comédien Bruno Solo se rend ainsi à Elafónisos, une petite île grecque située au sud du Péloponnèse, tandis que le chanteur et musicien français Flo Delavega part à la découverte de l'archipel espagnol Ibiza dans le deuxième épisode.

Réalisation : Stéphane Basset.

Moochie

(série documentaire, 6 x 52')



> Mercredi 25 et jeudi 26 janvier à 21h / Canal+ et myCanal

Création originale Canal+, *Moochie, qui a tué Jill Halliburton ?* est un polar documentaire autour de Moochie, un jeune afro-américain de 20 ans, accusé du meurtre de Jill Halliburton, nièce et riche héritière d'un géant du pétrole américain. Samuel Collardey, réalisateur de série (*Le Bureau des légendes*) et de cinéma (*L'Apprenti*, *Tempête*) a suivi pendant cinq ans les différents protagonistes de ce drame à multiples rebondissements, de l'enquête au procès.

Réalisation : Samuel Collardey. Production : Geko Films (Grégoire Debailly et Martine Dorin) et Empreinte Digitale (Joachim Landau).

3 magazines

Beau Geste

(magazine, 52')



> Chaque dimanche en deuxième partie de soirée à partir du 22 janvier / France 2

Diffusée après le film dominical et avant une programmation de courts métrages, la nouvelle émission dédiée au cinéma, *Beau Geste*, clin d'œil au classique de William A. Wellman sorti en 1939 avec Gary Cooper, sera présentée par Pierre Lescure, qui ira là où bat le pouls du cinéma : en tournage sur les films intimistes comme les comédies populaires, en avant-première, dans les festivals, en France, à l'étranger. Il part ainsi à la rencontre des personnalités pour des conversations autour d'une passion commune, le cinéma, dans des lieux qui font sens : salles de cinéma, musées, librairies... En parallèle de ces rencontres, le magazine couvrira les événements cinématographiques pour alimenter un feuilleton hebdomadaire en immersion dans le milieu du cinéma. Au sommaire des premières émissions, Pierre Lescure ira au cinéma avec Virginie Efira, se promènera dans le quartier parisien des Abbesses avec le réalisateur de *La La Land*, Damien Chazelle, ira à la rencontre de Tom Hanks à Stockholm ou dans les coulisses de la Comédie-Française avec Benjamin Lavernhe et Séphora Pondi.

Production : Black Dynamite (groupe Mediawan).
Producteur : Frédéric Benudis. Rédactrice en chef : Anne-Sophie Hunault. Musique : Benjamin Biolay.

Oh ! Biz'Art

(programme court, 2'/épisode)



> Chaque dimanche à 21 heures à partir du 22 janvier / France 2

Après *D'art d'art* et *Ouh là l'art !*, France 2 propose un nouveau programme court consacré à l'art : *Oh ! Biz'Art*. Ecrit et incarné par Stéphane De Groodt, ce programme retrace l'art par les motifs au travers de sept œuvres. Comme la main, des grottes de Cuevas de las manos jusqu'au West Side End de JR ; le baiser, du baiser d'Eraste et Eromène jusqu'à celui, sensuel, de Pierre et Gilles ; le rouge, du bison rouge d'Altamira jusqu'au ballon de Banksy... Chaque épisode s'achève par une sélection d'expositions temporaires en France et en outre-mer pour valoriser le patrimoine culturel des musées.

Production : D18 Paris (Tim Newman). Animation : Cartoonbase.

Genre, genres

(magazine, 45')



> Dès le mardi 24 janvier à 22h55 / Canal+ et myCanal

Dans ce nouveau magazine sur le cinéma, Antoine de Caunes s'attache à explorer sous toutes ses cultures un genre cinématographique. Au rendez-vous : des cinéastes, scénaristes, acteurs, actrices, auteurs et autrices passionnés par le genre. Le magazine sera également ponctué par l'expertise du cinéaste Michel Hazanavicius, qui proposera à chaque numéro sa vision du genre en question. Sans oublier le kit fan d'Antoine qui compile tout ce qu'il a préféré regarder, faire, lire, écouter ou même manger sur le sujet. Le premier épisode sera consacré aux films de zombies.

Production : Flab Prod (Laurent Armillei, François Bénichou).
Producteur éditorial : François Condamin. Réalisation : Matthieu Allard.

Photos fictions © Prod (L'Affaire d'Outreau), *Next Episode* (Septième Ciel), *Macondo* (Piste noire), *Fred Gervais* (Le jour où...); photos documentaires © Aurelien Faidy/AutoFocus Prod (Rassemblement), *Premières Lignes* (Planet Killers), *Vandelay Industries* (Les Voyageurs solidaires), *Geko Films/Empreinte Digitale* (Moochie); photos magazine © Bertrand Noël/Sipa/FTV, *D18* (Oh ! Biz'Art), *Mat Ninat Studio/Canal+* (Antoine de Caunes).

Rubrique réalisée pour *Satellifacts Magazine* par

CLAIR de LUNE



Les articles de ce magazine sont protégés par le droit d'auteur

Avant d'en faire des copies dans le cadre de votre activité professionnelle, assurez-vous qu'un contrat d'autorisation a été signé avec le CFC

www.cfcopies.com



Le Vrai Visage des Vikings

Documentaire

2018, Gjeljestad, Norvège. Des archéologues font la découverte d'une vie : un navire funéraire viking de 20 mètres de long, vieux de 1 200 ans. En juillet 2020, une expédition archéologique commence. Grâce à l'accès exclusif à cette fouille archéologique, aux technologies de pointe, à des reconstitutions dramatiques dignes du cinéma et à l'aide de spécialistes de l'époque viking, le film fait revivre le site, ses villageois, ses guerriers et ses artisans. A la fois enquête scientifique et drame historique épique, il suit pas à pas cette exploration rare, pour révéler qui se cache à l'intérieur de ce mystérieux cercueil viking depuis plus de mille ans.



Photo © ZED

Fiche technique

Durée : 90' et 52'.

Production : ZED et Mechanix Film.

Production déléguée : Manuel Catteau avec Gaëlle Guyader et Floran Sax, Hege Delhi.

Diffuseurs : France Télévisions et Curiosity Stream.

Budget : 583 007 €.

Tournage : tournage conservatoire et fouilles archéologiques entre mars et juin 2021, tournage du documentaire en avril-mai 2022 et tournage des reconstitutions en juin et septembre 2022.

Diffusion : jeudi 12 janvier à 21h sur France 5. En replay sur france.tv.

Scénaristes : Aleksandra Ørbeck-Nilssen et Hugues Demeude.

Réalisateurs : Alexis de Favitski et Pierre Stine.

Narration : Chloé Réjon.

Plan de financement (en euros)

FRANCE TÉLÉVISIONS (part antenne)	190 000
CNC (Cosip)	85 000
SUBVENTIONS	17 400
- Procirep (développement)	5 000
- Procirep (production)	1 000
- Angoa (développement)	10 000
- Angoa (production)	1 400
PRÉVENTES ÉTRANGÈRES	213 449
- Curiosity Stream (Etats-Unis)	195 949
- SVT (Suède)	8 000
- Viasat (Scandinavie)	8 000
- Česká TV (République tchèque)	1 500
APPORT COPRODUCTION NORVÈGE (Mechanix Film)	74 700
- NRK (chaîne publique norvégienne)	10 000
- Viken Film (centre régional de film Norvège)	39 800
- Kulturrådet : Norsk Kulturfond (financement public)	24 900
APPORT PRODUCTEUR FRANCE (ZED)	2 458
Total	583 007



Photo © ZED

Répartition des dépenses par poste

	€	%
Droits artistiques et concept	31 789	5,4
Personnel	188 540	32,3
Interprétation	3 082	0,5
Charges sociales et fiscales	84 618	14,5
Décors et costumes	23 624	4,0
Transports, défraiements, régie	72 736	12,5
Tournage	21 342	3,7
Postproduction, consommables, laboratoires	45 296	7,8
Assurances et divers	2 623	0,5
Frais financiers	8 310	1,4
Frais généraux	71 047	12,2
Rémunération producteur	30 000	5,2
Total	583 007	100

Rubrique réalisée pour *Satellifacts Magazine* par **CLAIR de LONE**

Les Rascals

Drame

Région parisienne. 1984. La banlieue est devenue le territoire des indésirables de la République : les immigrés. Les Rascals, une bande de jeunes de quartier, entendent bien profiter de la vie. Direction Paname. Mais le cœur de la capitale voit émerger une nouvelle espèce de skinheads, les Boneheads : organisés, politisés, ultra-violents et déterminés à prendre le contrôle de la ville. C'est le début de la guerre contre les skins. Et pour les Rascals, la fin de l'innocence.

Fiche technique

Durée : 1h45.

Production :

Spade, Agat Films & Cie.

Coproduction :

France 2 Cinéma.

Production déléguée : Manuel

Chiche, Nicolas Blanc, Violaine Barbaroux, Sarah Egry.

Distributeur : The Jokers Films.

Ventes internationales : Wild

Bunch International.

Sortie salles : 11 janvier 2023.

Budget : 3 509 403 €.

Scénario : Jimmy

Laporal-Trésor, Sébastien

Birchler, Virak Thun.

Réalisation : Jimmy

Laporal-Trésor.

Image : Romain Carcanade.

Montage : Riwanon Le Beller.

Son : Maxime Berland.

Musique : Delgres.

Décor : Samuel Teisseire.

Costumes : Laurence Benoît.

Interprètes : Jonathan Feltre,

Angelina Woreth, Missoum

Slimani, Victor Meutelet, Marvin

Dubart, Taddeo Kufus, Jonathan

Eap, Emerick Mamilonne, Mark

Grosy, Mylène Wagram.



Photo © Lea Renner

Plan de financement (en euros)

PRODUCTEURS DÉLÉGUÉS Agat Films & Cie et Spade	944 563
AUTRE COPRODUCTEUR – France 2 Cinéma	325 000
AIDES SÉLECTIVES – Avance sur recettes – Aide outre-mer	635 000 600 000 35 000
PRÉACHATS CHAÎNES – Canal+ – Ciné+ – France 2	1 154 840 749 000 80 840 325 000
SOFICA – Cinéimage (Sofica garantie par le producteur) – SofiTVciné 9 – Indéfilms 9 – LBPI 15 – Cinéaxe 3	450 000 150 000 95 000 85 000 85 000 35 000
Total	3 509 403



Photo © Lea Renner

Répartition des dépenses par poste	€	%
Droits artistiques	212 100	6,0
Personnel	717 019	20,4
Interprétation	243 800	7,0
Charges sociales et fiscales	574 670	16,4
Décors, costumes, maquillage, coiffure	415 833	11,8
Moyens techniques	172 830	4,9
Postproduction image et son	170 908	4,9
Transports, défraiements, régie	262 162	7,5
Rémunération producteurs	140 376	4,0
Assurances et divers	122 426	3,5
Frais généraux + imprévus	477 279	13,6
Total	3 509 403	100

Rubrique réalisée pour *Satellifacts Magazine* par **CLAIR de LUNE**

Photos de couverture : © DR (Yves Bigot), Matthieu Raffard (Anne Georget), P. Tohier/Photomobile/2019 (Christine Camdessus), Paramount Pictures (Frédéric Moget), Pascalito/M6 (Baya Kasmi). *Satellifacts* (anciennement *Satellifax*) le satellite d'observation stratégique des professionnels de l'audiovisuel et du cinéma. Toute l'info, vérifiée, analysée, contextualisée et clarifiée. Factuellement. Edité par Fréquences, membre du Spiil - SAS au capital de 10 000 € - Commission paritaire : 1224W90061 - ISSN : 1776-3223. *Satellifacts*, Hôtel de Retz, 9 rue Charlot, 75003 Paris - <https://www.satellifacts.com> - Twitter *Satellifacts* : @Satellifax - Directeur de la publication *Satellifacts* et suppléments *Satellifacts Magazine* et *Satellifacts Talents* : Joël Wirsztel jw@satellifacts.com - Twitter : @joelwir - Contact abonnement : Hugues Desmichelle (développement commercial) +33 6 80 630 700 hd@satellifacts.com. Administration : Véronique Olasz +33 1 40 29 47 48 office@satellifacts.com. Rédactions : +33 1 44 78 04 78 redaction@satellifacts.com. Directeur des rédactions : Joël Wirsztel - Rédactrice en chef *Satellifacts* : Yvane Dréant - Rédaction permanente : Luce Burnod, Gauthier Jurgensen, Emmanuelle Miquet, Christine Monfort, Virginie Sengès, Julie Souvestre, Anastasia Svoboda. Collaborations régulières : Alain Grasset (quotidien), Florence Leroy (magazine), Pascale Paoli-Lebailly (quotidien et magazine), Carole Villevet (quotidien et magazine), François Viot (magazine). Rédactrice en chef *Satellifacts Magazine* et *Satellifacts Talents* : Anne-Sophie Filhoulaud (Narréa) as@satellifacts.com - Secrétariat de rédaction : Nathalie Grisoni, Nathalie Grille-Alix, Carole Gerothwohl-Dujour sr@satellifacts.com. REPRODUCTION INTERDITE - 28e année de publication - © Fréquences 2023