

Plus de quatre-vingt producteurs ont participé à la quatrième rencontre « Plan TV » organisée par le CSA. Le thème principal s'articulait autour de la distribution internationale des formats TV.

Pour l'occasion, cinq distributeurs de réputation internationale se sont déplacés jusqu'à Bruxelles afin de découvrir de nouveaux formats TV: Nordic World (Scandinavie), Armoza formats (Israël), Global Agency (Turquie), Lagardère Entertainment et Robin&Co (France). Ils ont rencontré nos talents locaux lors de sessions de matchmaking qui ont remporté un franc succès.



<u>Ce rendez-vous de la création en Fédération Wallonie-Bruxelles s'inscrit dans un cycle de trois workshops sur la distribution audiovisuelle organisé par le CSA, Mediarte.be et Screen.Brussels : plus d'infos.</u>

Le sujet

Les métiers de l'audiovisuel sont de plus en plus transversaux. Les genres convergent naturellement, les contenus s'internationalisent. La révolution est connectée. Et <u>le distributeur de contenus joue un rôle</u> central dans ce nouvel écosystème.

Quels sont les modes de distribution ?

Comment le distributeur devient-il partenaire de création ?

Comment mettre les contenus sur le marché de manière efficace ?

Comment rencontrer ses publics cibles ?

Les débats

Quatre intervenants de choix ont partagé leurs expériences avec l'assemblée :

- JIMMY BLIBAUM (Butterfish Group) : l'émergence des formats belges sur le marché international.
- JAN SALLING (Nordic World/Frapa) : conseils pour choisir le bon distributeur de formats TV.
- AVI ARMOZA (Armoza Formats) : comment développer un petit marché à l'international.
- PIERRE ROBERT (Robin & Co): les fictions courtes conçues pour l'international, l'exemple de « Caméra café » et de « Vous les femmes ».

Les débats étaient modérés par JEROME COLIN (Journaliste RTBF - Moustique).

Programme
Portraits des intervenants
Storify

AVI ARMOZA



Les formats TV israéliens cartonnent à l'international et ce, dans tous les genres : gameshow, séries, reality... Pourtant, rien ne laissait présager, il y a dix ans, que ce petit pays (Belgique = 1,4 x Israël) allait devenir un haut lieu de l'industrie des formats télévisuels. En effet, « notre marché est très restreint », explique Avi Armoza. « Les créneaux sont rares sur les chaînes nationales... Un secteur finalement similaire à celui de la production en Fédération Wallonie-Bruxelles mais, il faut entrevoir ceci comme un atout!

Notre succès, ajoute-t-il, provient d'une culture tournée vers le monde, celui d'un marché très concurrentiel où les producteurs sont habitués à contracter les coûts pour se démarquer. On évolue dans une société hyper connectée qui ne conçoit pas l'avenir sans contenus interactifs, quitte à anticiper sur les modes de consommation... C'est tout ça qui nous rend attractifs à l'export. »

Voir le dossier de l'ODT, publié dans la newsletter Plan TV du 27/04/2015 : Israël, le goût du risque

PIERRE ROBERT

Robin & Co

Le grand public connait surtout les fictions courtes. « Caméra Café », « Kaamelott » et « Vous les femmes », ce sont près de 3000 épisodes produits pour le marché français. « Nous sommes actifs à l'international également : « Caméra café » a trouvé preneur dans une vingtaine de territoires, jusqu'en Chine », constate Pierre Robert. « Près de 7000 épisodes du format ont été produits à l'étranger moyennant évidemment quelques adaptations. On peut même affirmer que « Caméra café » s'est durablement installé sur les marchés espagnols et italiens, par exemple. »



« Les clés du succès ? D'abord : tendre vers l'universel. comprendre ce aui transcende les cultures dans les situations cocasses la de vie quotidienne. « Simple is beautiful » : la vie de bureau, l'humour typiquement féminin...»

« Caméra-Café, c'est un seul décor, une caméra fixe en grand-angle... Ceci permet de consacrer plus de budget au casting.»

« Deuxièmement : penser low-cost, imaginer un format dont la naturemême permet de limiter les frais de production. « Caméra-Café », est constitué d'un seul décor, une caméra fixe en grand-angle... Ceci permet de consacrer plus de budget au casting, expose-t-il, et de faire porter le format par une célébrité comme Bruno Solo. Le contre-exemple est « Kaamelott », plus ambitieux en termes de décors, de mise en scène, d'écriture aussi et puis, il y a cet ancrage culturel « vieille France » qui n'est transposable que moyennant un travail important de réécriture.



La Belgique francophone semble s'intéresser au développement de formats humoristiques courts plutôt destinés à une diffusion web. J'ai VИ des choses ambitieuses, décrit Pierre Robert, sans doute porteuses à l'export, d'autres moins. Certains formats étaient très intéressants mais leur développement semblait s'être arrêté au teaser. Dommage ... »

« Les séries sont aussi devenues des formats télévisuels : " Homeland ", " Les Revenants "... Une bonne histoire doit pouvoir se transposer partout. »

« J'invite ces créatifs à persévérer, à affiner leurs idées, et à se faire représenter sur le marché international, on est parfois surpris de ne pas être prophète en son pays mais bien en Inde ou en Russie.

Notre société produit également des séries, il ne faut pas louper ce mouvement parce qu'il contribue au nouvel âge d'or du petit écran. D'ailleurs, la plupart des séries actuelles sont aussi devenues des formats télévisuels : « Homeland », « Les Revenants »... Une bonne histoire doit, en général, pouvoir se transposer partout. Plus on a de retombées potentielles en acquisition et en adaptation, plus on peut être ambitieux au stade de l'investissement initial, ce qui est indispensable pour forger le premier succès nécessaire à l'export. »

JAN SALLING



« Récemment, un producteur gallois est venu me trouver au MIP TV avec une idée de format pas claire, raconte Jan Salling. Intrigué par son dynamisme et son culot, je l'ai écouté. Il me présentait « Farm Factor » mais avec un pitch et un teaser pas très accrocheurs....

« Sur un petit territoire comme le Pays de Galles, ce succès a ouvert la voie à un renouveau créatif. C'est ce qui me fait dire qu'il ne manque pas grand-chose en Belgique »

« Son idée était bonne mais il avait besoin de la creuser et d'améliorer le « packaging », je lui ai conseillé d'investir dans un consultant. Après cette étape d'affinage indispensable, « Farm factor » est devenu le hit international qu'on connait



aujourd'hui. Sur un petit territoire comme le Pays de Galles, ce succès a ouvert la voie à un renouveau créatif, la télévision est redevenue un vecteur identitaire et économique pris au sérieux.

C'est ce qui me fait dire qu'il ne manque pas grand-chose en Belgique, il vous faut une locomotive à succès pour lancer le train. »

Le matchmaking

En seconde partie de soirée, dix producteurs de la Fédération ont eu chacun dix minutes pour pitcher leur format devant des distributeurs de premier plan. Les gagnants des concours Plan TV 2013 et 2014 étaient représentés parmi ces talents locaux :

Butterfish Group - Le journal du lendemain Caniche Royal - Mieux vaut tard que jamais Jan Bucquoy - Only Winners Sherpah - À qui le tour? Snark - Le banquet Sharebox - 1001 Belges

Charlotte Detaille, Lagardère

« Plusieurs idées intéressantes m'ont été présentées durant ces sessions. Je compte bien suivre de près leurs évolutions, voir comment s'affine la mécanique... Je suis d'ailleurs en attente des visuels producteurs dont les pilotes étaient encore en tournage. Le contact est à présent noué avec eux comme avec le distributeur local! Lors des sessions, j'ai vu beaucoup de formats courts. Chez Lagardère, nous cherchons aussi des programmes plateau bien mécanisés. pensés pour l'international. Cela pourrait inspirer vos producteurs. »



Marc Vanvinkenroije, Jumpcut

« Les différentes présentations des speakers étaient intéressantes et utiles. Par contre, le timing de 10 minutes de matchmaking était parfait. Si tu as les idées claires, en cinq minutes tu peux pitcher efficacement et tu as les cinq autres minutes pour rentrer en interaction avec le distributeur. Au final, j'ai quelques belles cartes en mains. Dès lundi, mon dossier partira vers trois personnes avec qui j'ai pu partager mon format et s'il le faut, je me déplacerai hors de nos frontières pour poursuivre la discussion. »

Crédit photo : Adèle Mattijs