

LE DOCUMENTAIRE DANS TOUS SES ETATS

Pour une nouvelle vie du documentaire de création

Serge Gordey

Catherine Lamour

Jacques Perrin

Carlos Pinsky

Mars 2012

Composition de la mission pour le Ministère de la Culture

Serge Gordey - producteur

Catherine Lamour - auteure -productrice

Jacques Perrin - cinéaste

Carlos Pinsky - producteur

Rapporteur

Mathieu Leblanc

Avec l'aide précieuse au CNC de Fabienne Napias-Alves et Christine Vaudeville

LE DOCUMENTAIRE DANS TOUS SES ETATS

Pour une nouvelle vie du documentaire de création

PRÉAMBULE

INTRODUCTION : L'OBJET DE NOTRE MISSION

PARTIE I : DE LA DIVERSITÉ EN DANGER

A - Des producteurs et des auteurs fragilisés

- 1) Le nombre des documentaires mis en production va en augmentant, mais de quels documentaires s'agit-il ?
- 2) Le nombre de sociétés de production de documentaires ne cesse de croître
- 3) Des auteurs qui s'estiment dépossédés de leur rôle de créateurs

B - La stratégie des diffuseurs privés et publics dans un contexte de concurrence accrue

- 1) Contrôler ses programmes, c'est contrôler son identité
 - α) Des formats et autres formules éditoriales pour assurer l'identification.
 - β) D'un côté l'évènementiel, de l'autre une tendance à la production « low cost »
- 2) Quand la concurrence renforce l'uniformisation des programmes

C - La difficulté à identifier le documentaire de création

- 1) Définitions floues, écritures hybrides
- 2) Du côté de la TNT, des séries documentaires sous contrainte
- 3) Les chaînes publiques explorent le mélange des écritures

D - Limites rencontrées par les organismes publics d'accompagnement et de régulation (CNC et CSA)

- 1) Pour le CNC et le CSA, comment estimer *a priori* le statut d'œuvre ?
- 2) Le Documentaire de « Société » : un genre hégémonique ?

PARTIE II : CONSOLIDER L'AVENIR DU DOCUMENTAIRE DE CRÉATION : QUELS MOYENS ?

A – Développement et financement

- 1) Le caractère crucial du développement
 - a) Les travaux de développement soutenus par les chaînes
 - b) Les capacités d'initiative des producteurs et le CNC
 - Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle
 - Aide au développement du COSIP
- 2) - L'ouverture internationale au service de l'ambition des projets
- 3) - L'apport du mécénat : un accès à faciliter
- 4) - Un avenir assumé pour la création documentaire
 - Une case documentaire de création projetée vers le futur de la télévision
- 5) – L'Internet, nouvel horizon du documentaire

B - La rencontre du public

- 1) - Diffusion non commerciale et lieux de rencontre du public et de la création : des espaces à soutenir
 - a) Diffusion non-commerciale
 - b) Référencement des œuvres et accès numérique
 - c) Festivals, télévision et documentaires de création

2) - Le cinéma : une option de visibilité ?

PISTES POUR AGIR EN FAVEUR DU DOCUMENTAIRE DE CRÉATION

LISTE DES ORGANISMES ET SOCIÉTÉS AUDITIONNÉES

ANNEXES

PRÉAMBULE

Dans une lettre datée du 14 Février 2011 le Ministre de la Culture nous a confié une mission d'étude et de réflexion sur le documentaire de création, *« l'un des genres les plus en souffrance actuellement »* selon les termes de la lettre.

Il était spécifié que cette mission *« aurait vocation à s'interroger à la fois sur les conditions de production et de financement de ces documentaires, mais aussi sur la problématique de leurs conditions de diffusion »*

Ceci dans un contexte de *« transformation profonde »* du paysage audiovisuel *« avec l'extinction de la télévision analogique en 2011, l'usage en pleine expansion de services de médias audiovisuels à la demande, le développement et la généralisation d'Internet, qui modifient à la fois l'économie du secteur et les conditions d'accès aux programmes, ainsi que leurs usages, notamment sur de nouveaux supports »* (voir lettre de mission en annexe)

Avant d'analyser les relations entre les chaînes de diffusion d'une part et les producteurs et les auteurs/réalisateurs de documentaires d'autre part, il nous a paru nécessaire de situer le contexte général dans lequel opèrent les uns et les autres, c'est-à-dire le paysage audiovisuel tel qu'il s'est transformé au cours des dix dernières années.

Dans ce contexte de transformation accélérée, que devient le documentaire de création ? Tel est l'objet du présent rapport.

La difficulté principale réside, nous le verrons, dans la difficulté de définition de ce qu'est un « documentaire de création » et en quoi il se distingue d'une œuvre de non-fiction (document d'actualité, reportage, télé-réalité). Nous adopterons la définition la plus communément acceptée par les organisations professionnelles : *« une démarche artistique qui structure une représentation du réel »*, en précisant en outre qu'il s'agit d'une œuvre patrimoniale, c'est-à-dire vouée à une durée de vie « pérenne », permettant à cette œuvre de figurer sur des catalogues et d'être montrée à des publics différents au fil du temps : ce que l'on qualifie aussi « d'œuvre de répertoire ».

Une transformation radicale du paysage audiovisuel

A partir de 1992, le paysage télévisuel français gratuit offre à chaque acteur un rôle distinct, selon une distribution des rôles relativement simple. Avec la fin de la Cinq, le secteur privé se trouve représenté par deux chaînes concurrentes – un leader TF1 et un challenger M6, le second opposant une contre-programmation au premier. Le secteur public quant à lui se divise à partir de 1994 en quatre chaînes qui selon des modalités qui leur sont propres, permettent d'assurer la triple mission de service public : « informer, éduquer, divertir ». Dans ce nouvel environnement, les chaînes Arte et la Cinquième renforcent le pan « éduquer » avec une approche culturelle pour l'une, une proposition de « connaissance » pour l'autre. Cette offre élargie des chaînes gratuites - auxquelles sont venus s'ajouter les chaînes à péage hertziennes (Canal +), ou distribuées par câble et par satellite - s'accompagne du développement d'un secteur important de production indépendante ou qui se veut telle.

Mais la technologie et la liberté de la communication audiovisuelle mêlées ont quelque peu complexifié le jeu de la concurrence à partir de 2005 avec l'apparition de huit nouvelles chaînes gratuites numériques. Il a fallu attendre l'équipement progressif du réseau au niveau national pour que la télévision numérique terrestre (TNT) devienne accessible aux foyers équipés d'un décodeur ou d'un téléviseur adapté. Le chantier progressif s'achève en 2011, avec le basculement au « tout numérique » sur l'ensemble du territoire.

Les effets de concurrence engendrés par ces nouvelles chaînes se sont fait rapidement sentir : la part d'audience nationale des six chaînes historiques gratuites passe de 79,1% en 2007 à 65% en 2010. Dans le même temps, celle des nouvelles chaînes de la TNT passe de 5,9% en 2007 à 19,7% en 2010.

A l'automne 2012, six nouvelles chaînes viendront s'ajouter à l'offre de la TNT gratuite.

Premier constat : les chaînes de la TNT n'ont pas engendré la diversité de création attendue.

Aux chaînes historiques diffusées sur les canaux traditionnels hertziens (TF1, France 2, France 3, France 4, France 5/ ARTE (couplées), M6, Canal+ (en clair et payant) sont venues s'ajouter, à partir de mars 2005, 8 chaînes de la TNT. Celles-ci ont commencé d'émettre avec des moyens limités, à la fois en périmètre de diffusion et en possibilités d'investissement. De ce fait, leurs obligations de création ont été réduites. Toutefois, le principe était que ces canaux, attribués au nom de la liberté de communication, devaient être strictement différents les uns des autres. Les nouveaux opérateurs devaient garantir, en contrepartie et à terme, des programmations originales, singulières, émanant de savoir-faire propres.

Au moment où six nouvelles chaînes vont pouvoir entrer dans une diffusion TNT au niveau national en 2012, il est pertinent de se demander ce que les premiers entrants de la TNT ont apporté sur le plan de la création patrimoniale. Cet examen est d'autant plus important que les premières chaînes de la TNT ont pour la plupart été intégrées dans le giron des groupes historiques privés. Les opérateurs en présence sont donc les grands groupes traditionnels du système hertzien « historique » : TF1, M6 et Canal Plus. Ce nouvel équilibre pose une question fondamentale aux instances régulatrices de l'audiovisuel quant à l'identité de chacune des chaînes de la TNT : la promesse de diversité a-t-elle été respectée grâce à la diffusion de programmes singuliers et spécifiques ? Le CSA et l'Autorité de la Concurrence concentrant avant tout leur attention sur des enjeux de concurrence déloyale, on peut se demander si les procédures de rachat ont suffisamment tenu compte de cet enjeu majeur.

Même si la réglementation en limite certains excès, la mutualisation des programmes de leurs diverses chaînes crée un effet d'aubaine en faveur des groupes historiques qui investissent les nouveaux canaux de la TNT. Elle leur apporte, en effet, la possibilité de nourrir les grilles de leurs chaînes TNT de programmes rediffusés.

Il existe donc un risque non négligeable que l'offre globale de programmes audiovisuels tende vers une forme d'uniformisation, si ne sont prises en compte, de façon réfléchie,

des missions de *diversité* concernant la programmation de leurs différentes chaînes pour les groupes qui contrôlent plusieurs canaux de diffusion¹.

Deuxième constat : Les chaînes publiques historiques sont les forces motrices de la production documentaire.

1) En 2010, l'ensemble des chaînes nationales gratuites a initié 1472 heures de production documentaire qui ont reçu une aide du CNC au titre du soutien à la création originale.

Les chaînes historiques du service public ont été à l'origine de 1000 heures, soit **76,9%**² de l'ensemble.

TF1 et M6 en ont initié 203 heures, soit **13,8%**.

Les chaînes privées de la TNT gratuite 138 heures, soit **9,4%**.

2) En 2010, l'ensemble des chaînes nationales gratuites a investi 154 millions d'Euros dans des productions documentaires originales reconnues comme telles par le CNC, et donc éligibles à l'aide attribuée sous l'égide de cet organisme.

Les apports des chaînes historiques du service public à cet ensemble se sont élevés à 123,61 millions d'Euros, soit **80,2%** du total.

L'apport de TF1 et M6 à 25,79 millions d'Euros, soit **16,7%**.

Celui des chaînes privées gratuites de la TNT à 4,69 millions d'Euros, soit **3,04%**.

Troisième constat : les chaînes publiques pâtiennent plus de la concurrence de la TNT que les chaînes historiques privées.

Même si France 4 est passée de 0,4% à 1,6%, ce sont bien les chaînes publiques qui pâtiennent le plus de la concurrence de la TNT : de 2007 à 2010, France 2 est passée de 18,1% d'audience nationale à 16,1% ; France 3 de 14,1 à 10,7% ; Arte/France 5 de 4,7% à 3,3%, **soit une perte générale de 5,6 points en quatre ans.**

Dans le même temps, France Télévisions a connu la suppression d'une part majeur de ses revenus publicitaires. Cette suppression de recettes trouvait sa justification dans une volonté d'éloigner le service public d'une offre se calquant sur une logique de marché, et d'assurer ainsi une véritable distinction entre l'offre de programmes de ces chaînes et celle des privées.

1 Cette question a d'autant plus de sens que les moyens de grands groupes ne sont pas ceux de nouveaux entrants : si les chiffres d'affaire de W9, NT1 et TMC, Direct 8 et Direct Star sont respectivement de 63 millions d'Euros ; 28 millions d'Euros ; 63 millions d'Euros ; 23 millions d'Euros et 13 millions d'Euros, ceux de M6, TF1 et Canal Plus sont respectivement de 532 millions d'Euros ; 1,3 milliard d'Euros ; 1, 7 milliard d'Euros. (chiffres 2010).

2 L'ensemble des données fournies au sein de ce rapport font référence à celles communiquées dans les différents rapports du CNC, notamment *Le marché du documentaire 2010* ; *Le marché du documentaire 2009* ; *La production audiovisuelle aidée 2010* ; *La production audiovisuelle aidée 2009* ; *La production audiovisuelle aidée 2008* ; *La production audiovisuelle aidée 2007* ; *La production audiovisuelle aidée 2006* – il est en ce sens clair que les chiffres sur lesquels sont basés l'ensemble de nos constats se limitent à ceux de la production aidée – lorsque tel n'est pas le cas, le changement de référentiel est alors précisé.

Quatrième constat : les 10 chaînes gratuites de la TNT ne financent que 8 % des programmes nouveaux.

Selon les principes d'une concurrence saine, la TNT aurait dû susciter l'apparition d'une *nouvelle offre* dans le paysage hertzien. Il semblerait, au contraire, que ces nouvelles chaînes n'aient guère engendré de nouveautés dans l'offre de programmes et que la singularité de leurs propositions éditoriales soit limitée. La seule nouveauté offerte au téléspectateur, c'est leur simple *présence* sur le réseau.

En effet :

En 2007, le nombre d'heures inédites de programmes aidés – qui sont par hypothèse les plus susceptibles d'attirer une audience en créant un attrait par la nouveauté – produits par l'ensemble des chaînes dans toutes les catégories de programmes (fiction, animation, documentaires, magazines culturels) et tous modèles économiques confondus, était de

3 678 heures. Celui des chaînes de la TNT gratuite était de 134 heures³, représentant ainsi une **part de 3,6% des inédits**. Ces chaînes totalisaient alors 5,9% de l'audience totale.

En 2010, le nombre d'heures inédites de programmes aidés produits par l'ensemble des chaînes, mêmes catégories de programmes et tous modèles économiques confondus, était monté à 4 413 heures. Celui des 10 chaînes de la TNT gratuite (Direct 8, TMC, NT1, W9, NRJ 12, Gulli, Direct Star, France 4, LCP, Public-Sénat) est **de 353 heures⁴, soit 8% de la part d'inédits**.

Là où l'augmentation de leur part d'œuvres inédites est de 122,2% entre 2007 et 2010, leur augmentation de part d'audience est de 233,8%. Dans le même temps, entre 2007 et 2010, la croissance des investissements publicitaires bruts dans les chaînes gratuites de la TNT passe de 407,2 millions d'Euros à 1 873,2 millions d'Euros – soit une augmentation de **360%⁵**. Autant dire que l'augmentation de la part des œuvres inédites, qui est indéniable, est malheureusement très loin d'avoir suivi la croissance des ressources de ces chaînes.

Avec 8% de la programmation inédite, les chaînes de la TNT gratuite totalisent, en 2010, 19,7% de l'audience nationale : une pratique notamment rendue possible par le fait que les obligations de ces chaînes restent indexées sur leur nature de nouveaux entrants. Les 2/3 de leurs obligations d'investissement dans de la production originale peuvent être assurés par du simple rachat de catalogues. Or ces catalogues ont été essentiellement constitués grâce aux investissements effectués dans le passé par des chaînes historiques, qu'elles viennent concurrencer dans le présent...

Cinquième constat : les chaînes privées historiques ont rapidement trouvé leur parade...

³ Source : Rapport CNC, La production audiovisuelle aidée en 2009, pages 7 et 69

⁴ Source Rapport CNC, La production audiovisuelle aidée en 2011, pages 7 et 81

⁵ Source : *Guide des Chaînes Numériques*, p. 78 – Source Kantar Media

Une hémorragie se fait jour dans l'audience de TF1 entre 2007 et 2010, où la chaîne perd près de 6 points, passant de 30,7 % à 24,5 % de part d'audience nationale. Le rachat progressif (entre 2005 et 2010) de TMC puis des parts d'AB, puis de NT1, permet en 2010 d'ajouter au 24,5 % de la chaîne mère TF1 les 3,3 % de TMC et les 1,6 % de NT1. Ce qui fait qu'en termes d'audience pure, le groupe TF1 n'est en perte que de 1,1 points sur quatre ans, en dépit de la marée montante de la TNT. Et si M6 était sur le qui-vive dès 2005, elle se trouve aujourd'hui, avec W9, encore mieux arrimée qu'hier : sa perte de 1,1 point d'audience nationale entre 2007 et 2010, de 11,5 % à 10,4 % est compensée par un passage de 0,9 % à 3 % d'audience nationale pour W9. Cumulées, les deux audiences progressent de 1 point de 2007 à 2010 – cas unique parmi les chaînes historiques⁶.

Pas de doute : les chaînes historiques privées ont su, sur le plan de la concurrence, « préparer l'avenir ». En l'espace de cinq ans, parmi les chaînes privées gratuites de la TNT, les cinq nouveaux éditeurs de 2005 ont quasiment tous laissé leurs places à TF1, M6 et maintenant Canal Plus, qui s'implante plus fortement sur le gratuit. Seuls subsistent les deux opérateurs issus de la radio, que sont NRJ Group et le groupe Next Radio TV. Sont sortis en partie ou en totalité Pathé, Lagardère (qui reste présent via Gulli), AB et Bolloré.

S'il a été concédé au groupe France Télévisions deux chaînes supplémentaires, France 4 et Gulli (détenue aux 2/3 par Lagardère Active), le groupe de télévision de service public n'a évidemment pas pour vocation de « racheter » à son tour des chaînes de cette TNT privée gratuite qui lui font concurrence. Pas plus que ne le peut Arte. Le secteur public de la télévision n'a pu assister qu'en spectateur aux mutations capitalistiques du paysage audiovisuel.

Conclusion

On voit ainsi se dessiner deux points de vue plus ou moins marqués chez de nombreux professionnels de l'audiovisuel :

- Ceux qui estiment que la défense et la production de programmes documentaires patrimoniaux relèvent de la responsabilité et du cahier des charges des chaînes de service public, et qu'il est normal qu'elles assument, plus que jamais, l'essentiel de cette mission. Quels que soient les changements de rapport de forces entre télévisions publiques et privées, il reviendrait à la télévision publique d'être la « télévision de tous les publics » plutôt que de se laisser enfermer dans une prétendue « télévision grand public ». Il s'agit donc de s'adresser au maximum de « téléspectateur-citoyen-contributeur »⁷ en respectant leur diversité d'âge, de goûts, de cultures. Dans cette perspective, il paraîtrait souhaitable, selon eux, de mesurer les audiences en termes de satisfaction des téléspectateurs servis, plutôt qu'en quantité de personnes regardant ces chaînes à une heure donnée.

⁶ Source : Rapport CNC - *La production aidée 2011*, p. 93

⁷ Expression employée dans le « manifeste pour le documentaire » publié par France Télévision à l'occasion du FIPA 2012

- Ceux qui considèrent que les changements déjà intervenus – et à venir – dans le paysage audiovisuel ont déséquilibré le secteur, que les diffuseurs privés n'ont pas assumé les charges qui auraient dû leur incomber en matière de création originale française. Pour ceux-là, l'attribution à des conditions très avantageuses de réseaux de diffusion, qui sont une richesse nationale, aurait dû être assortie de règles plus précises et contraignantes en matière de diversité et d'obligations de production originale. S'il ne s'agit pas d'handicaper la fabrication de productions audiovisuelles de type industriel/sériel, il importe néanmoins de protéger et d'encourager un secteur de la production, celui des documentaires de création et des films d'auteur, extrêmement fragilisé par les règles de fonctionnement actuellement en vigueur.

INTRODUCTION : L'OBJET DE NOTRE MISSION

Notre rapport a pour mission de répondre à la question : « Quelle place pour le documentaire de création dans un contexte de transformation accélérée du paysage audiovisuel ? » Celui-ci est marqué par deux événements majeurs : le passage au tout numérique en 2011 (avec l'extinction de l'analogique au niveau national) ; et l'avènement prochain de la télévision connectée à l'Internet. Si l'on ne peut pas encore mesurer tous les effets de ces bouleversements, un constat s'impose dès maintenant : une situation de concurrence de plus en plus forte s'est développée entre les différents services et écrans permettant aux (télé)spectateurs d'avoir accès à toutes les formes et à toutes les sources d'images.

En prenant comme axe de notre réflexion les effets de cette concurrence, nous avons porté notre attention plus spécifiquement sur les services de télévision gratuits, c'est-à-dire accessibles à tout un chacun, sans limitation.

Les chaînes à péage contribuent incontestablement au financement et à la diffusion de documentaires de tous genres. Mais leur vocation est de satisfaire la demande de publics ciblés, qui paient un abonnement pour recevoir et consommer ce type de programmes. C'est vrai pour Canal Plus. Et a fortiori pour « Planète » ou d'autres chaînes spécialisées : produire et diffuser des documentaires est leur raison même d'exister. Sans exclure les services payants de télévision, nous les avons placés en périphérie de notre étude.

Celle-ci est conçue en deux parties :

- 1 – Le constat de la situation existante et des positions respectives des acteurs impliqués dans la production, et la diffusion, des programmes documentaires.
- 2- Les voies et moyens d'encourager et de promouvoir la production et la diffusion de documentaires de « création ».

PARTIE I : DE LA DIVERSITE EN DANGER

Des désaccords persistants se manifestent entre les diffuseurs et ceux qui fabriquent les programmes documentaires : auteurs, réalisateurs, producteurs.

72 % des sociétés de production qui reçoivent des aides du CNC font du documentaire. Leurs projets basculent de plus en plus dans des économies précaires : la moitié des **2454 heures** de « documentaires » aidées par le CNC proviennent de documentaires dont le budget est inférieur à 100 000 Euros. Auteurs et producteurs critiquent ce qu'ils voient comme le « mimétisme » des chaînes : une tendance grandissante à « formater » les productions qu'elles diffusent. Ils estiment qu'il y a dispersion des financements des fonds d'aide en principe destinés à soutenir la création. Ceci du fait d'une appréciation trop large d'un « genre » documentaire dans lequel sont insérés abusivement, estiment-ils, des productions relevant du magazine, de la télé réalité ou du reportage d'actualité.

Le constat général exprimé par l'ensemble des chaînes - service public compris - est que, dans la situation actuelle d'hyper offre gratuite (générée par la concurrence des nouvelles chaînes de la TNT vis-à-vis des chaînes historiques hertziennes), il est vital pour tout éditeur de proposer des programmes immédiatement identifiables. Il s'agit d'éviter que le téléspectateur ne « zappe » au cas où il ne saisisse pas instantanément quel « objet » et quel « sujet » lui sont proposés, ainsi que sur quelle chaîne il se trouve. Cela conduit les diffuseurs à développer des politiques de « marques fortes » et à construire leurs grilles autour de rendez-vous réguliers. Il leur paraît dès lors nécessaire d'avoir des lignes éditoriales plus marquées et une emprise plus forte sur leurs programmes.

Le souci de lisibilité de l'offre conduit ainsi paradoxalement à un fléchissement de la diversité des œuvres et de la singularité des écritures. Comme c'est précisément une singularité qui caractérise le documentaire de création, il se trouve fragilisé.

Pour se distinguer les uns des autres, les diffuseurs - privés comme publics - entendent explorer de nouvelles formes d'écriture du documentaire, des écritures hybrides à cheval entre la fiction, l'animation, le reportage ou la télé réalité. Il en résulte un flou grandissant autour de la définition de ce qu'est (ou n'est pas) un « documentaire de création ».

Cette croissance du nombre de programmes hybrides rend de plus en plus difficile l'identification par les instances publiques d'accompagnement et de régulation (CNC et CSA) des types d'objets télévisuels sur lesquels elles ont à statuer. Le fait qu'il leur soit attribué - ou non - le statut « d'œuvre » a un double impact : impact économique parce que c'est la condition du déclenchement des fonds d'aide à la création dispensés par le CNC ; impact réglementaire, parce que sont en cause les obligations de production de programmes originaux auxquelles sont astreints tous les diffuseurs. L'appréciation plus ou moins rigoureuse qui est faite du caractère « patrimonial » de ces programmes, leur permet de s'en acquitter avec plus ou moins de facilité. La définition plus précise du « documentaire de création » est donc un enjeu décisif pour son soutien, et pour sa présence renouvelée dans les grilles de programmes des diffuseurs.

On ne peut que prendre acte de l'écart, jusqu'à un certain point inévitable, entre la demande des chaînes et les propositions des auteurs et producteurs, pour ce qui est du documentaire de création. Il s'agit pourtant de trouver les voies et les moyens d'approfondir le dialogue et d'éviter les oppositions stériles.

La transformation des usages de consommation audiovisuelle, – avec la convergence et l'éclatement des médias traditionnels, l'existence de multi-plateformes et de multi-formats - ouvrent la voie à une ère nouvelle de cross et transmedia : une même œuvre peut être amenée à connaître une grande variété de formes et d'expressions. Un mouvement est en marche, qui fait coexister diverses façons de s'emparer d'un même objet audiovisuel, et ce de manière évolutive.

Dans ce contexte, l'initiative des producteurs en tant que porteurs des projets est à la fois centrale et cruciale.

Une telle perspective impose également une réflexion de toute la profession sur la réactualisation des modalités assurant un nécessaire respect des droits protecteurs des œuvres.

PARTIE II : CONSOLIDER L'AVENIR DU DOCUMENTAIRE DE CREATION : QUELS MOYENS ?

Produire des récits, des images, des sons, les assembler, les reproduire pour tous les formats de diffusion, coûte cher. Amortir ces investissements passe par deux impératifs :

- 1) Rechercher des financements et les gérer de manière à atteindre le point d'équilibre budgétaire.
- 2) Chercher à atteindre des publics aussi diversifiés que possible.

Nous nous sommes focalisés sur certains aspects de cette double nécessité, en recherchant comment donner de nouvelles chances au documentaire de création.

En matière de financement, il nous paraît important de souligner le caractère crucial du développement, véritable clé pour la recherche de partenaires nationaux et internationaux. Il est décisif aussi d'ouvrir de nouvelles pistes pour diversifier les sources de financement du documentaire de création. Le mécénat, le développement du « transmedia » à travers les nouvelles possibilités qu'offre l'Internet, l'ouverture de cases spécifiques relayées par les nouveaux modes de diffusion en font partie.

- Au fur et à mesure de nos rencontres est apparue l'importance majeure que revêt la question du développement pour l'ensemble de nos interlocuteurs.

Les diffuseurs reprochent souvent aux producteurs l'insuffisance de leurs propositions, tandis que les producteurs se disent bridés dans la mobilisation des ressources matérielles et intellectuelles nécessaires au déploiement de leurs projets.

La question du développement est révélatrice des rapports qu'entretiennent les partenaires de la création : comment s'effectue la prise de risque respective des auteurs, des producteurs, des diffuseurs et des instances qui peuvent accompagner la naissance d'un projet ? Comment prendre le parti de faire appel à de nouveaux auteurs, ou à des auteurs confirmés qui s'essayaient à un nouvel exercice ? Comment esquisser dès cette phase un terrain d'entente autour d'un projet entre différents partenaires français et internationaux, diffuseurs et autres financeurs potentiels ?

- Il apparaît aujourd'hui que malgré certaines possibilités nouvelles, l'ouverture internationale en matière de documentaires de création marque le pas. Il y a encore dix ans, les apports provenant de coproductions et de préventes étaient plus importants que les apports réalisés une fois le programme terminé. Cette situation s'est inversée. Ce qui est posé ici, parmi d'autres enjeux, c'est la présence de l'industrie française sur la scène internationale et l'effet d'entraînement qu'elle peut susciter auprès de partenaires étrangers potentiels.

- Le mécénat est-il une manne possible pour le soutien et le développement du documentaire de création ? La réglementation actuelle ne suffit pas pour conférer à des productions documentaires, reconnues comme « patrimoniales », un caractère d'intérêt général.

- L'installation d'une case spécifique dans la programmation des chaînes du service public pour le documentaire de création est souhaitée par les uns, considérée comme un alibi par les autres. Il apparaît qu'une telle case aurait une pleine raison d'être à condition de se prolonger sur la Toile. On en ferait ainsi un laboratoire du futur de la

réception des programmes de télévision : consultables sur de nouveaux écrans, ainsi que sur des durées renouvelées par le « catch up » et la VOD.

- La question de l'« Internet » survient à tout moment lorsque l'on examine ce qu'il en est du documentaire aujourd'hui : changement de pratiques des spectateurs, usage du web par les passionnés du documentaire à la recherche de vidéos ou d'informations sur les films, espace d'apprentissage et d'expression de jeunes talents, potentialité de l'usage d'Internet pour la diffusion du documentaire, découverte des possibilités du net pour renouveler le genre documentaire lui même avec le « web-documentaire », etc. Si le web est un élément majeur de la crise d'audience que connaît la télévision, il est sans doute aussi un élément décisif de son renouveau.

En matière d'exposition à tous les publics :

De même que, dans les années soixante, toute une génération a rencontré le cinéma dans les ciné-clubs des lycées, des facultés, des maisons de jeunes, on peut dire aujourd'hui que le documentaire trouve écho au sein d'une communauté vibrante d'amateurs passionnés et souvent éclairés. Ce « terreau » ne résulte pas d'une création spontanée, mais de la mise en place de dispositifs où s'articulent les politiques publiques et les initiatives personnelles et locales.

- L'aventure qu'est la production d'un film documentaire ne se conclue pas toujours par la seule diffusion à la télévision. Très nombreux sont les amateurs à qui il importe beaucoup de rencontrer les réalisateurs « en chair et en os » lors de projections dans des centres culturels, bibliothèques, salles de classes, associations, ou lors de festivals. Ces rencontres avec des spectateurs qui viennent « pour de vrai » voir des films et leurs auteurs sont souvent chaleureuses, voire exaltantes. Mais elles sont aussi porteuses d'interrogations : tout un monde semble séparer ces spectateurs pleins de talent et le public volatile que s'efforcent méthodiquement et, quelquefois désespérément, de capter les programmeurs des chaînes de télévision.

Tous ces espaces de diffusion sont porteurs de nouvelles potentialités qu'il faut soutenir et élargir, notamment par une collaboration plus poussée, plus vertueuse entre l'univers télévisuel et tous les autres moyens d'atteindre cette communauté active et demandeuse de films documentaires exigeants. Le premier pas à franchir est celui de l'éducation à l'image dès la petite enfance.

- Les salles de cinéma font partie de ces options de visibilité du documentaire de création. On constate d'ailleurs une augmentation significative du nombre de films documentaires à l'affiche dans les salles de cinéma. Mais leurs conditions de financement et de distribution sont loin de favoriser une circulation plus fluide entre les différents écrans d'aujourd'hui et de demain, telle qu'on peut la souhaiter.

Comme cela a déjà été précisé, les données chiffrées utilisées sont, pour une grande part, celles communiquées par le CNC et qui concernent les années antérieures à 2011. Par ailleurs, pendant le temps d'élaboration de ce rapport, le paysage audiovisuel a continué à évoluer. Des changements se sont opérés, en particulier au sein des chaînes publiques, tant au plan des organigrammes que des lignes éditoriales. C'est dans cette temporalité que se sont déroulées les auditions qui nous ont permis de collecter informations et avis nourrissant ce rapport. Certains changements significatifs n'ont pu

être totalement pris en compte. Il nous semble néanmoins que cela n'infirme pas les tendances de fond que nous décrivons ni les propositions que nous formulons.

Les constats et suggestions qui suivent se veulent une contribution à la réflexion sur le devenir du documentaire de création. Il appartient à la profession de s'en emparer pour élaborer des propositions et mener des actions permettant à ce genre noble de trouver sa juste place dans l'univers audiovisuel de demain, radicalement évolutif et différent de celui d'aujourd'hui.

PARTIE I : DE LA DIVERSITÉ EN DANGER

A - Des producteurs et des auteurs fragilisés

« Le documentaire de création n'a pas à se justifier. Il est « LA » télévision » dit Denis Gheerbrandt, auteur et réalisateur reconnu de nombreux documentaires de création.

Pourtant de nombreux producteurs, auteurs et réalisateurs de documentaires à vocation pérenne - qualifiés « d'œuvres patrimoniales » - poussent un cri d'alarme : le documentaire de création est en danger, disent-ils.

1) Le nombre de documentaires mis en production va en augmentant, mais de quels documentaires s'agit-il ?

« Il faut impérativement préserver le côté artisanal de la création. On est dans une sorte de grand écart entre « l'artiste » et la « concentration industrielle » liée, entre autres, au développement de la TNT » (membre d'un syndicat de producteurs)

Pour le Réseau des Organisations du Documentaire (ROD)⁸, il est urgent de réformer un système de relations entre les diffuseurs et les créateurs qualifié de « pyramidal ». Le ROD voudrait le voir laisser place à une relation « triangulaire » et équilibrée, voire « adulte » entre diffuseurs, producteurs et auteurs.

L'ensemble des organisations de producteurs s'alarme de ce que la création et l'innovation soient en berne. Ils y voient plusieurs raisons :

- le désir de formatage, lié à la perte d'audience des chaînes historiques face à la TNT. Dans ce contexte de concurrence aiguë, chaque chaîne cherche à cibler une clientèle de manière de plus en plus pointue. D'où un « resserrement éditorial » qui se rapproche du façonnage. Le droit à l'originalité de regard et d'interprétation, qui est le propre de tout créateur, ainsi que son espace de liberté, sont menacés : *« A NRJ 12, on nous donne un moule. Ça s'appelle un « kit », comme pour un meuble préfabriqué »,* dit un producteur. *« Le prétexte : prendre le spectateur par la main. »*
« Presque toutes les cases ont maintenant une définition rigoureuse, précise, incluant le type de film et le type de récit. C'est une prise en main éditoriale très forte, qui a segmenté très fortement les thématiques, et exclut en grande partie les films très personnels, les films d'auteur à la première personne, ou avec un point de vue assez subjectif » (rapport ROD/Stéphane Millière).
- *« Pour eux l'important, c'est de créer des marques »* (représentant d'un syndicat de producteurs).

⁸Voir rapport « L'état du documentaire 2000-2010 » du Rod, avril 2011

- le mimétisme des chaînes : dans l'espoir de maîtriser leur audience, les chaînes publiques comme privées cherchent du spectaculaire, du doc-événement.
- Les projets basculent de plus en plus dans des économies précaires, celles des chaînes « pauvres » : la moitié des 2454 heures de programme documentaires labellisés et aidés par le CNC proviennent de documentaires dont le budget est inférieur à 100 000 Euros.

« Nous ne sommes pas des pauvres qui demandons de l'argent, nous sommes des créateurs qui veulent s'exprimer » (Denis Gheerbrandt)

Les producteurs estiment que le sous-financement et la fixation du prix d'achat ne tiennent pas suffisamment compte du caractère spécifique d'un projet par rapport à un autre, ni de l'augmentation des coûts de production des films. Les grandes chaînes historiques financent en moyenne 47 % des budgets de production (75% pour la fiction), le reste étant apporté par les aides publiques, d'éventuelles coproductions ou encore l'apport d'un deuxième diffuseur. Mais la détention par ces diffuseurs des droits d'exploitation exclusifs pour une durée de 42 mois rend très aléatoire l'apport d'un deuxième diffuseur français.

Et le formatage des films ainsi que leur recentrage sur des sujets à contenu national rendent difficile la mise en place de coproductions internationales.

- Les producteurs expriment leur désaccord sur les critères retenus pour la prise en compte quantitative des obligations de diffusion d'inédits que doivent respecter les diffuseurs. Ils estiment qu'y sont incluses abusivement des productions qualifiées de documentaires et relevant en fait du « magazine », de la télé-réalité, du reportage d'actualité ou de l'info-spectacle. Ceci entraîne, estiment-ils, un respect approximatif des obligations des diffuseurs et une dispersion des financements des fonds d'aide, en principe conçus pour soutenir la création. *« La définition officielle de ce genre est si large que des reportages sans point de vue, très rapidement tournés, pour un coût très bas, obtiennent ce label »* s'alarme le Président de la Société Civile des Auteurs Multimédias (SCAM), Jean Xavier de Lestrade dans un entretien accordé au journal Le Monde⁹.
- Enfin, l'ensemble des producteurs de documentaires estiment que la durée des droits demandée par les chaînes de télévision est excessive. Elle n'est plus en adéquation avec la mutation de la diffusion audiovisuelle, laquelle implique une plus grande fluidité de la circulation des œuvres. Et elle prive les producteurs du bénéfice d'un second marché dont ils ont le plus grand besoin. Les producteurs sont d'autant plus attachés au raccourcissement des droits d'exploitation pris par les chaînes que celles-ci tendent à les rendre exclusifs : pour se protéger de la concurrence elles acceptent de moins en moins de laisser des fenêtres de diffusion à des chaînes secondaires, une fois consommée leur première diffusion (ce qui était l'usage précédemment).

⁹ Le Monde culture et idées du samedi 3 Mars 2012

Notre proposition :

Améliorer la circulation des œuvres : raccourcir le délai de détention des droits acquis par les chaînes auprès de producteurs.

Les durées et parfois l'extension de droits exclusifs acquis par les chaînes historiques tendent à rendre une seconde exploitation des programmes problématique. Tenant compte du changement du paysage audiovisuel, il convient de réexaminer les conditions d'exploitation des œuvres.

A l'époque d'internet et de la rapidité immédiate de circulation et de renouvellement de toutes les formes de la connaissance, la détention exclusive des droits d'exploitation d'un programme acquis auprès d'un producteur indépendant par son premier diffuseur pendant une période qui peut aller jusque 4 ans revêt un caractère obsolète. La plupart des programmes ont en effet épuisé leurs potentialités en termes d'exploitation passé un tel délai. Il y a dans ces conditions une véritable pénalisation des fournisseurs de programmes. Il importe donc que s'opère une réduction de la durée de cession des droits d'exclusivité des programmes.

Il convient enfin de mettre en question la mutualisation au sein d'un même groupe des obligations d'investissement en production d'œuvres inédites. Les achats groupés entre chaînes, et les investissements conjoints entre chaînes du même groupe, conduisent en effet à détourner les obligations de leur but : la contribution de chaque diffuseur à l'économie de la création.

2) Le nombre de sociétés de production documentaires ne cesse de croître :

Sur un total de 855 sociétés de production aidées par le CNC, 616 d'entre elles revendiquent une production documentaire. Cela signifie que dans le domaine de la production aidée, les sociétés de documentaire représentent aujourd'hui 72,0 % des sociétés du secteur. En 2006, il y avait 467 sociétés de production documentaire pour 660 tous genres confondus – qui représentaient alors 70,8 % du secteur¹⁰.

En l'espace de quatre ans, le nombre de sociétés documentaires croît de + 32 %, là où le reste des structures tous autres genres confondus – fiction, animation, spectacle vivant, magazine – passe de 193 à 239, soit une croissance de + 23,8 %.

De 2006 à 2010, le nombre d'heures produites en documentaire dépasse largement celui des heures produites pour chaque autre type de programme. En 2006 par exemple, 1 998 heures de documentaire ont été aidées contre 835 heures de fiction, 395 heures d'animation, 434 heures de spectacle vivant et 396 heures de magazine. En 2010, 2454 heures de documentaire ont été aidées contre 732 heures de fiction, 320 heures d'animation, 529 heures de spectacle vivant et 377 heures de magazine¹¹. L'écart en nombre de structures n'a pour autant rien de proportionnel...

¹⁰ Source : Rapport CNC - *Le marché documentaire 2011*, p. 26

¹¹ Source : Rapport CNC - *La production aidée 2011*, p.7

- En 2010, les 72 % des sociétés de production audiovisuelle œuvrant dans le documentaire assurent 55,6 % du nombre d'heures aidées, ainsi que 29 % des financements mobilisés pour produire l'ensemble des heures aidées (395,3 millions d'Euros sur 1365,3 million d'Euros).
- Cela revient à dire que chaque société de production documentaire produit en moyenne 4 heures aidées par an. Ainsi, on saisit bien la structure éclatée du secteur, notamment en observant le nombre de producteurs différents avec lesquels les chaînes ont collaboré pour leurs productions documentaires en 2010 :
 - TF1 a collaboré avec 12 producteurs différents ;
 - M6 avec 36 ;
 - Canal Plus avec 37 ;
 - France 2 avec 69 ;
 - France 3 (hors France 3 Régions) avec 72 ;
 - France 5 avec 123 ;
 - et Arte avec 113¹².

Mais cette structure éclatée cache la prédominance d'un petit nombre de sociétés : dans le secteur documentaire, en 2010, 10,1 % des sociétés réalisent 50% des durées aidées. Phénomène concomitant, de nombreuses sociétés ne produisent finalement qu'une heure par an.

Autre phénomène qui pourrait être la conséquence de la fragilité des structures de production : on voit de nombreux auteurs qui en viennent à considérer que, quitte à n'être portés que par des structures peu capables de les soutenir financièrement, autant créer la leur propre. On voit ainsi se constituer des sociétés autour d'un projet unique, sans stratégie de long terme.

Les diffuseurs soulignent unanimement la difficulté que représente le traitement des dossiers d'un nombre si important de structures. Ils se plaignent de la frustration qu'une telle situation engendre de part et d'autre. Si la variété des structures assure un renouvellement possible des écritures, comment peuvent-elles s'assurer un avenir avec un nombre restreint et peu rémunérateur de films produits ? Selon les chargés de programme des chaînes, le problème n'est pas qu'il y aurait trop de producteurs mais bien qu'il y a trop de structures. Les diffuseurs les plus impliqués dans la diffusion de documentaires sont les plus sollicités, donc les plus directement pénalisés par la gestion de trop nombreux interlocuteurs.

Dans ces conditions, les producteurs de documentaires parviennent-ils à soutenir adéquatement des auteurs qui ont besoin d'un accompagnement créatif et matériel sur lequel s'appuyer ? Les producteurs parviennent-ils à jouer pleinement leur rôle crucial d'entrepreneurs actifs auprès des diffuseurs ?

Il appartient à la profession de s'interroger à ce sujet.

¹² Source : Rapport CNC - *Le marché documentaire 2011*, p. 27

On peut penser par exemple à des structures disséminées qui décideraient non pas de se regrouper mais tout du moins de mettre des moyens en commun. Ceci permettrait de défendre une politique de création exigeante. On peut citer une expérience intéressante : un groupe comme Galactica rassemble dix sociétés de production principalement régionales afin de soutenir le documentaire de création ambitieux, notamment dans ses moyens d'exposition et de distribution. Une gestion efficace et accessible de leur catalogue renforce l'autonomie et la capacité des producteurs à soutenir financièrement les auteurs¹³.

3) Des auteurs qui s'estiment dépossédés de leur rôle de créateurs :

Les auteurs critiquent la rigidité des lignes éditoriales. Ils y voient une attitude timorée face à ce qui est « dérangeant », « nouveau » ou « inclassable ». Ils reprochent par ailleurs à ces lignes éditoriales de se cantonner à une certaine « préférence nationale » des sujets, au détriment d'une démarche d'ouverture d'internationale.

Ils regrettent que se généralise la tendance des diffuseurs à développer des programmes « incarnés » (c'est-à-dire présentés par des « têtes connues », ce qui leur assure non seulement un intérêt du public mais même d'une certaine manière justifierait leur légitimité). Ceci conduirait à la répétition de formes convenues, au détriment d'autres types d'écriture.

Ils s'insurgent contre la « dictature du sujet », en l'opposant au point de vue que peut proposer un auteur (*« Il y a tellement de manières de voir, tellement de regards possibles ... Ce qui se dégrade, c'est cette diversité »*.)

Est-ce une des conséquences de la stricte définition éditoriale des cases aujourd'hui ?

Ce sentiment peut susciter une forme d'autocensure néfaste à la créativité. Des auteurs nous ont confié qu'ils renoncent parfois d'eux-mêmes à proposer certains projets, en s'efforçant de se conformer aux attentes supposées du diffuseur, souhaitant lui-même « remplir ses objectifs » en allant au devant des attentes supposées du public.

La « relation pyramidale » entre diffuseurs et producteurs pénaliserait principalement les auteurs et réalisateurs, qui ont le sentiment d'être de plus en plus considérés comme de « *simples prestataires techniques* ». Les auteurs se retrouveraient alors trop souvent en situation de faiblesse face au diffuseur, sans être appuyés par leurs producteurs. Ceux-ci auraient tendance à se ranger du côté du diffuseur en anticipant, parfois à tort, ses requêtes. Cet éloignement entre auteur et diffuseur, sans pouvoir être considéré comme général, est néanmoins lourdement ressenti par bon nombre d'auteurs.

¹³ Dans une logique analogue, suite à la réforme du CNC qui a réévalué le seuil minimum d'investissement en numéraire de la part des diffuseurs permettant aux projets d'accéder à l'aide l'automatique, (d'un minimum de 6 000 Euros à 9 000 Euros) les chaînes locales de Rennes, Brest et du Morbihan ont créé une plateforme commune, soutenue par la Région. Elle permet d'obtenir une aide du CNC malgré un apport réduit de chaque chaîne. Une telle configuration crée un socle qui permet de continuer de défendre un certain type de programme, un certain type d'écriture.

Sur la position des auteurs et leurs relations avec les diffuseurs et les producteurs, on se reportera utilement à l'enquête très approfondie réalisée par la SCAM (Société civile des auteurs multimedia) et publiée sous le titre « Etat des lieux du documentaire »¹⁴.

1004 auteurs – dont la majorité travaille pour le service public – ont répondu au questionnaire très ouvert de la SCAM. 93 % d'entre eux disent avoir signé un ou des contrats depuis 2005, dont 67 % au cours des 12 derniers mois. Rapportés aux 2 454 heures de documentaires aidées par le CNC en 2010, ils représentent donc une part significative des créateurs actifs.

Que disent ces 1004 auteurs sur leurs relations avec les diffuseurs?

« 56 % d'entre eux considèrent que les diffuseurs s'immiscent incontestablement plus qu'il y a quelques années dans leur travail de création ». 27 % considèrent que « cela dénature leur travail », et 8 % seulement voient cette intervention comme « positive ». Enfin, 23 % d'entre eux considèrent que « leur dernier film ne correspond pas à leur projet initial à cause de l'intervention du diffuseur ».

Concernant les étapes d'élaboration du film: *« 36 % des auteurs ont dû réécrire les commentaires de leur dernier film à la demande du diffuseur » et « 61 % des auteurs ont dû faire des coupes à la demande du diffuseur – la moitié seulement était d'accord avec ces coupes ».*

Enfin *« 49 % n'attribuent pas la moyenne quand il s'agit de noter le travail de collaboration (avec le diffuseur) ».*

Par ailleurs, auteurs et réalisateurs, expriment dans cette enquête leurs inquiétudes quant à la précarisation de leurs professions. La moitié des auteurs-réalisateurs (49 %) ont reçu un salaire hebdomadaire inférieur à 1000 Euros bruts, 44 % un salaire hebdomadaire compris entre 1000 et 2000 Euros, 7 % un salaire hebdomadaire supérieur à 2000 Euros. Le tout devant être mis en regard du salaire d'un chef monteur (1001 Euros hebdomadaire) et celui de chef-opérateur (1156 Euros hebdomadaires). Ajoutons à cela le problème des travaux d'écriture et d'enquête mal ou pas rémunérés ou « sous-déclarés ». C'est le statut même des auteurs qui se trouve précarisé.

Pour les représentants de la Société des réalisateurs de Films (SRF) et du groupement de documentaristes que constitue ADDOC que nous avons auditionnés, il y a un véritable sentiment de divorce, « d'écartèlement », entre la création et le service public de télévision. *« La télévision publique doit être le lieu d'expression des créateurs et servir tous les publics. Quand nous parlons « diversité d'écriture », « diversité des formes », on nous répond « diversité des sujets ». Au lieu de chercher une énième recette marketing, les chaînes publiques feraient mieux de se distinguer par leur originalité. Le contrat d'objectifs et de moyens devrait servir à être le reflet du pays, de toutes les formes d'expression créatives, car c'est de l'argent public ».*

Parmi les souhaits formulés à l'égard des diffuseurs, s'exprime celui d'une plus grande liberté d'esprit, de plus d'ouverture, notamment en acceptant une plus grande porosité entre les cases :

¹⁴ Source : Rapport SCAM – Etat des lieux du documentaire, p. 7, 2011

« Les cases sont trop étanches, fermées sur une discipline ou une autre : Société, Economie, Art, Histoire, Sciences. Il n'y a pas de place où mettre les films qui jouent sur plusieurs disciplines. »

Dans cette optique, ils souhaitent que soient réservés des espaces de diffusion, où l'on puisse expérimenter, inventer, dans l'esprit de ce que fut le service de la recherche de l'ORTF. Ailleurs, en médecine, en sciences, n'est-ce pas la recherche et le franchissement de barrières disciplinaires trop rigides qui permettent de progresser, d'innover ? Ils citent l'exemple des ateliers de création belges, qui sont des « laboratoires » de recherche financés par la puissance publique. Ils s'interrogent sur le rôle que les régions ou le CNC pourraient jouer dans la mise en place d'un dispositif analogue.

ADDOC réfléchit à l'intérêt de la diffusion sur Internet, particulièrement pour les programmes ayant déjà fait leur parcours sur les chaînes de télévision et dont l'exploitation est considérée terminée. Mais l'Internet ne doit pas être un alibi pour priver les documentaires de création d'une exposition au public des téléspectateurs. *« Nous ne voulons pas être renvoyés sur la Toile comme des punis ».*

Concernant le fonctionnement des fonds d'aide, les auteurs/réalisateurs se disent très attachés au dispositif de développement renforcé mis en place dans le cadre du Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle du CNC. ADDOC a d'ailleurs effectué une démarche auprès du CNC pour que les fonds affectés à ce mode de développement soient doublés et intégrés dans le fonctionnement du fonds d'innovation, de manière pérenne et non plus expérimentale.

Ils souhaitent que soient modifiés les critères d'attribution de l'agrément de sortie en salles pour faciliter l'exploitation cinématographique de documentaires ambitieux. Les changements de textes leur paraissent moins déterminants qu'une ouverture d'esprit à plus de fluidité entre les différents fonds d'aide publics à la création. Ils critiquent dans le même esprit les critères d'attribution de ces aides qui, disent-ils, ne favorisent pas autant qu'ils le devraient le soutien aux films de création.

« Est-ce que l'argent mutualisé des fonds d'aide publics doit être réparti en fonction du développement économique de sociétés de production, quelle que soit la créativité de ce qu'elles produisent, ou en fonction de la création ? »

Il paraît nécessaire de rétablir un dialogue constructif entre les différents acteurs que sont les diffuseurs, les producteurs et les auteurs et réalisateurs. Il devrait aboutir à un code de bonnes pratiques qui faciliteraient les relations entre les différents partenaires pour collaborer dans un climat plus serein.

Notre proposition

Etablir un code de bonnes pratiques entre auteurs, producteurs et diffuseurs.

Un tel code, élaboré par toutes les composantes de la profession, devrait aider à ce que les tensions actuelles, de la période du développement jusqu'à la diffusion, soient maîtrisées de manière équitable et efficace dans le meilleur intérêt des projets et des films. Un tel code permettrait aux organismes publics attribuant aides et subventions de veiller plus facilement à ce que leurs bénéficiaires respectent les conditions contractuelles auxquelles ils sont tenus.

B - La stratégie des diffuseurs privés et publics dans un contexte de concurrence accrue

1) Contrôler ses programmes, c'est contrôler son identité :

« Ce n'est pas le genre du programme qui crée le rendez-vous, c'est la thématique, la couleur, la cohérence de la case. C'est pourquoi la vraie manière de créer le rendez-vous, c'est d'avoir une ligne éditoriale forte où le type de sujet traité est identifié et va attirer la confiance du spectateur.... » affirme un responsable de programmes documentaires d'une chaîne hertzienne.

a) Des formats et autres formules éditoriales pour assurer l'identification et l'attractivité :

Le constat général exprimé par l'ensemble des chaînes – service public compris – est que, dans la situation actuelle d'hyper-offre gratuite, il est vital pour tout éditeur de proposer des programmes rapidement identifiables par ses spectateurs : l'offre doit être lisible. Il s'agit d'éviter que les téléspectateurs ne soient tentés de « zapper » au cas où ils ne saisiraient pas clairement et immédiatement l'« objet », le « sujet » qui leur sont proposés.

Pour les chaînes privées, la question est simple : « comment être suffisamment lisible et attractif pour conquérir de nouvelles parts de marché ? ». D'où le goût pour la « formule » immédiatement reconnaissable. Dans le cas des chaînes publiques confrontées, comme toutes les chaînes historiques, à une érosion d'audience, comment rester reconnaissable ? Faut-il se distinguer par son originalité ? Ou faut-il se résoudre à adopter « des formules qui marchent » ailleurs ? Veut-on attirer un spectateur curieux ou se ménager un public convaincu d'avance ?

Pour que les téléspectateurs identifient en quelques secondes où ils se trouvent – et ce en vue de les convaincre de rester – les moyens éditoriaux employés sont de trois ordres : l'actualité du sujet, son incarnation et le recours à la série qui fidélise.

Sont donc privilégiés des sujets contemporains, de « Société », qui font rapidement écho dans l'esprit du spectateur à une situation, des faits, des événements, dont il a déjà une certaine connaissance. Les diffuseurs semblent

d'ailleurs généralement s'accorder sur le fait que les sujets de « Société » seraient synonymes d'audience.

Dans la même logique de proximité avec le spectateur, la tendance est aux sujets « incarnés ». La présence d'un « guide » – connu de préférence – serait un repère immédiat et rassurant. Là où le documentaire de création se saisit d'un sujet de manière personnelle et originale et se sert du langage cinématographique pour offrir un point de vue, le « documentaire incarné » cherche d'abord à éclairer, décortiquer un sujet. Le tiers « médiateur » qu'est alors le « guide » a pour fonction d'expliquer, de commenter.

Pour créer tout à la fois le rendez-vous et la variété, l'une des solutions est la série documentaire en plusieurs épisodes. Elle peut prendre des formes diverses, depuis l'éclairage d'un même sujet sous plusieurs angles, jusqu'à un récit qui se développe d'épisode en épisode, même si chacun est censé être « autosuffisant ». Cette forme de programmes conduit forcément à des écritures formatées. Elle implique des économies particulières en termes de volume et une complète maîtrise éditoriale et artistique, les divers projets s'intégrant dans une grille préétablie.

Autre tendance : le recours au reportage journalistique. L'approche proposée est le décryptage, avec la volonté d'expliquer et de faire le tour d'un sujet contemporain. Sur la forme et sur le fond, le reportage – aux frontières parfois ténues avec le documentaire – entend répondre au constat suivant : le monde s'est complexifié, nous avons de plus en plus d'informations, mais on ne le comprend pas franchement mieux ! Il ne s'agit pas ici de négliger les atouts en matière d'écriture que possèdent le reportage ou l'enquête, pour répondre à certains besoins spécifiques d'information et d'éducation. Mais la volonté systématique de « prendre le téléspectateur par la main » risque de mettre à mal la diversité des manières de raconter le monde à la télévision.

Ces choix éditoriaux sont souvent vécus par les partenaires, auteurs et producteurs, comme la fin d'un certain dialogue entre créateurs et diffuseurs et non pas, comme le souhaiteraient les responsables des chaînes, comme de nouvelles formes créatives d'où devrait émerger de l'inventivité.

b) D'un côté l'évènementiel, de l'autre une tendance à la production « low cost » :

« Dans une situation d'hyper-offre, il nous faut de plus en plus événementialiser nos programmes » – phrase que nous avons retrouvée, peu ou prou, chez tous les responsables que nous avons rencontrés.

Pour que les programmes de prime time rencontrent le public d'une chaîne donnée, il faut qu'ils aient une identité et une légitimité forte.

C'est donc l'identité propre des chaînes que le secteur public entend renforcer (d'autant que les nouveaux dirigeants de France Télévisions ont estimé que le brouillage identitaire des chaînes du service public provenant d'une gestion centralisée des programmes les aurait desservies). Or, l'identité d'une chaîne se construit sur sa programmation. La saturation actuelle de l'offre et la perte d'audience les incite à imposer une emprise plus forte sur leurs programmes,

une ligne éditoriale plus marquée. L'arrivée prochaine de la télévision connectée les pousse davantage encore dans une direction qui permette à chaque « marque » d'être immédiatement identifiée par le téléspectateur.

Comment cela se traduit-il dans les faits ? En matière de volume, de financement, de taux de financement ?

L'évolution des taux de financement des chaînes en fonction du coût horaire des programmes documentaires ¹⁵ montre deux mouvements qui se distinguent fortement sur la période 2007-2010 : d'un côté une croissance importante du nombre de programmes aux coûts égaux ou inférieurs à 90 000 Euros/heure ; de l'autre une augmentation significative des taux de financement attribués aux programmes dépassant les 450 000 Euros/heure.

Pour ces derniers, l'augmentation s'explique par la stratégie de France Télévisions de mettre à l'antenne des documentaires en première partie de soirée.

Entre 2007 et 2010, on constate une augmentation de 34 % du nombre d'heures de documentaires aidés, passant d'un total de 1 832 heures à 2 454 heures, avec un coût horaire moyen qui est passé de 156 300 Euros/heure à 161 100 Euros/heure en 2010.

En volume, trois tendances se distinguent au-delà de l'augmentation moyenne :

1°) la croissance du nombre de programmes documentaires coûtant moins de 90 000 Euros/heure, à +37,9 % ;

2°) la croissance du nombre de programmes documentaires coûtant de 150 à 170 000 Euros/heure à +58 % ;

3°) la croissance du nombre de programmes documentaires coûtant plus de 300 000 Euros/heure : à +68 % pour ceux coûtant 300-450 000 Euros/heure ; et à +116 % pour ceux coûtant plus de 450 000 Euros/heure

Pour identifier la source de la croissance en volume des programmes « low cost » ¹⁶, on constate que :

1°) en 2010, les chaînes financent en moyenne 49,07 % du devis des programmes documentaires, tous coûts horaires confondus. Les parts de financement les moins conséquentes des chaînes sont allouées aux films de moins de 90 000 Euros/heure (respectivement 37,9 % pour la tranche 70-90 000 Euros/heure et 40,3 % pour celle de moins de 70 000 Euros/heure). Ces taux de financement correspondent à la fois aux taux moyens de financement des

¹⁵ Source : Rapports CNC – *La production audiovisuelle aidée 2009 et 2011*, respectivement pages 39 et 43

¹⁶ Source pour les 1°) et 2°) : Rapport CNC - *Le marché documentaire 2011*, pages 14, 17 et 19

chaînes privées de la TNT gratuite (42,3 %) et des chaînes thématiques (39,6 %)¹⁷.

2°) en 2010, le coût horaire moyen d'un programme documentaire commandé par les chaînes privées de la TNT gratuite est bien inférieur à 90 000 Euros/heure : il est de 79 600 Euros/heure. Celui des chaînes thématiques est de 82 000 Euros/heure. Et celui des chaînes locales est de 107 400 Euros/heure¹⁸.

3°) entre 2007 et 2010, les heures initiées par les chaînes privées de la TNT gratuite (dont le coût horaire moyen est inférieur à moins de 90 000 Euros/heure) passent de 5 à 125 heures : ces 120 heures représentent à elles seules 61,9 % des 194 heures supplémentaires de cette catégorie. Dans la même catégorie d'œuvres, les chaînes thématiques passent de 324 à 375 heures (51 heures en plus qui représentent 26,3 % de ces 194h) et les chaînes locales de 86 à 88 heures (soit 1 %). A elles trois, ces catégories de chaînes contribuent par ailleurs à 89,2 % de ces 194 heures.

La croissance importante des programmes documentaires «low cost » est donc imputable dans sa grande majorité à l'activité des chaînes privées de la TNT gratuite et des chaînes locales¹⁹.

Si cette tendance devait se renforcer, c'est à une dépréciation des investissements consentis par les chaînes que les programmes risqueraient de se trouver confrontés. Ajoutons que cette tendance se trouverait confortée par le fait que les taux de financement du CNC, dans le cadre du COSIP, sont directement liés à l'investissement des chaînes.

2) La tendance du service public à s'aligner sur la concurrence renforce l'uniformisation des programmes :

Dans ce nouvel univers concurrentiel, la corrélation entre la singularité des programmes et le succès d'audience est loin d'être une science exacte. Et toutes les chaînes ne se trouvent pas dotées des mêmes armes pour affronter la baisse des audiences, engendrée par le développement de la TNT.

Durant les échanges que nous avons pu avoir avec les responsables documentaires du service public – et notamment de France Télévisions –, il est apparu que ces chaînes publiques, (alors même qu'elles revendiquent leur engagement dans la production de programmes documentaires patrimoniaux), n'entendent néanmoins pas laisser au seul secteur privé l'initiative de trouver des formats nouveaux, mobilisateurs d'audience.

¹⁷ Celui des chaînes locales étant en 2010 de 24,4%

¹⁸ Ce dernier chiffre, qui pourrait sembler aberrant, s'explique par le fait que les investissements des chaînes locales se font en apports numéraires, mais aussi en valorisation d'apports en industrie qui « gonflent » quelque peu artificiellement les devis de production.

¹⁹ Notons que l'apport horaire moyen de ces chaînes TNT est supérieur à celui des chaînes locales (33 700 Euros contre 27 200 Euros en 2010).

Les chaînes publiques élaborent et quelquefois adoptent des formules éditoriales dont elles espèrent qu'elles vont maintenir ou renforcer leur audience. Pour résister aux chaînes privées et aux nouveaux entrants de la TNT, **les chaînes publiques développent une logique de marques fortes**. Il s'agit pour elles de créer des rendez-vous spécifiques permettant de se placer en bonne position face aux programmes attractifs de la concurrence.

Cette combinaison de facteurs, liée au jeu de la concurrence, engendre inévitablement une uniformisation des pratiques : en une période où les chaînes se sentent fragilisées, la tentation est de jouer la sécurité, en recourant à des recettes éprouvées.

Le souci de lisibilité de l'offre pour mobiliser l'audience conduit ainsi paradoxalement à un fléchissement de la singularité des écritures.

Reste qu'il faudrait réexaminer la question des audiences. Les évaluations d'audience dans le service public se font toujours à l'aune du système de mesure commun à l'ensemble des chaînes gratuites : l'audience quantitative. Son modèle économique (qui ressemble aujourd'hui d'avantage à celui d'une chaîne à péage, où les clients seraient les contribuables qui payent leur redevance) ne devrait-il pas impliquer que la mesure qualitative de ses audiences soit reconsidérée ? Pour mesurer la satisfaction du public face une réelle diversité de programmes, ne faudrait-il pas développer aussi des mesures qualitatives et de satisfaction des téléspectateurs ? En réalité, ces mesures existent déjà. Elles devraient être revendiquées et communiquées à tous, professionnels, téléspectateurs et presse.

Il s'agirait certes là d'une révision nécessaire des références et habitudes bien établies. Mais faute de cette révision, c'est à un double affaiblissement que risque de se trouver confronté le service public. Un affaiblissement budgétaire (baisse progressive de la publicité) couplé à un affaiblissement de légitimité : comment ces chaînes peuvent-elles démontrer qu'elles sont bien les chaînes *de tous les publics qui constituent la population française* quand elles doivent atteindre des scores qui sont ceux du « grand public », .Se cantonner à des mesures purement quantitatives, en cherchant le plus grand dénominateur, ne peut que mettre en péril l'invention de la diversité ?

Notre proposition

Mettre en place des outils d'appréciation qualitative des programmes des chaînes de service public.

Si l'on convient que les chaînes du service public n'ont pas vocation à servir une audience de masse indifférenciée, mais à s'adresser à « tous les publics » (et pas forcément à tous au même moment), les mesures d'audience quantitatives sont sans doute nécessaires, mais pas suffisantes. Pour assurer une diversité d'offres, des mesures qualitatives d'appréciation des programmes et de satisfaction des téléspectateurs doivent être prises en compte. Ceci implique que ces outils et leurs résultats soient mis à la disposition de tous les métiers de la profession et de la presse, de manière transparente.

C - La difficulté à identifier le documentaire de création

1) Définitions floues, écritures hybrides :

Les chaînes historiques privées et publiques et les nouvelles chaînes de la TNT convergent vers un certain mélange des écritures. L'ensemble des chaînes met en place un nombre croissant de programmes, dits « documentaires » qui se situent à cheval avec d'autres types d'écritures : du magazine à la télé-réalité en passant par le « reportage-fiction ».

Cette croissance de programmes hybrides rend de plus en plus complexe l'identification par les instances de régulation a) des *types* d'objets télévisuels auxquels elles font face ; b) du *statut d'œuvre* des dits objets.

Un flou grandissant est apparu autour des objets produits en documentaire, qui empêche ceux qui viennent réguler et encourager l'industrie de se saisir de ces nouvelles spécificités et de se positionner par rapport à elles.

Quelques anecdotes:

1°) Lors de notre entretien avec M6, les responsables de la chaîne nous ont affirmé ne pas faire de documentaire... Or à la lecture du rapport du CNC²⁰, on observe que M6 a initié quasiment autant d'heures que France 2 (163 heures de programmes documentaires aidés contre 168 pour la chaîne publique).

2°) Nous n'avons pu avoir d'entretien avec des représentants de TF1 au cours de cette mission – ces derniers ayant répondu à notre demande de les rencontrer que « personne ne s'occupe de cela » (entendre du « documentaire ») chez eux.

Se donner les moyens de faire le tri entre les objets audiovisuels est extrêmement important. C'est se donner la possibilité d'accompagner le plus intelligemment possible les besoins de l'industrie aussi bien que les aspirations de la création. Tous les genres de production doivent trouver et garder leur place, qu'il s'agisse de films que l'on a envie de défendre au nom d'enjeux culturels ou au nom de besoins économiques et concurrentiels. C'est une nécessité vitale pour le documentaire de création. Mais c'est aussi le moyen de rendre plus de sérénité à la profession. Et ceci, que l'on se situe du côté des diffuseurs, des producteurs, des auteurs ou des organes de régulation.

2) Du côté de la TNT, des séries documentaires sous contrainte :

Les nouvelles chaînes de la TNT que nous avons rencontrées – NRJ 12 et Direct 8 – sont très attentives au rapport entre leurs obligations d'investissement relatives à la nouvellement nommée TST²¹ et leurs propres investissements dans les programmes qu'elles mettent à l'antenne. La taxe sur les services de télévision (TST) récoltée auprès de l'ensemble des éditeurs et distributeurs de télévision représente près de 73,3 % du fonds de soutien du CNC en 2010 : 421 millions d'Euros sur un total de 576 millions d'Euros. Le pourcentage prélevé sur les opérateurs étant principalement assis sur la base de leurs recettes publicitaires, son impact au cours des dernières années n'en est

²⁰ Le marché du documentaire 2010, page 14

²¹ Taxe sur les Services de Télévision

que plus conséquent pour l'ensemble des chaînes de la TNT. Entre 2007 et 2010, les investissements publicitaires bruts au sein de NRJ 12 sont passés de 39,6 millions d'Euros à 210,7 millions d'Euros ; à Direct 8, on est passé de 11,3 millions d'Euros à 186,5 millions d'Euros.

Ces chaînes envisagent donc avec beaucoup plus d'intérêt de pouvoir « récupérer leur mise » en mettant à l'antenne des programmes soutenus par le CNC. Comme nous l'a exprimé l'un de leurs représentants : « *France Télévisions parvient à récupérer 60 % de sa contribution, nous nous trouvons largement en dessous et devons donc travailler à améliorer cela* ».

Ces chaînes voient aujourd'hui le documentaire comme le meilleur moyen de combiner « le retour sur investissement » de leurs contributions à la TST et leurs propres enjeux de production et de programmation. Cela tient à deux raisons : tout d'abord, le documentaire est bien moins coûteux que la fiction ou l'animation. C'est un genre qui répond mieux aux besoins des chaînes de la TNT d'avoir des programmes identifiants qui leur soient propres. Ensuite, c'est un genre qui se trouve être le plus « proche » à leurs yeux du magazine, qui a le grand avantage de « bien marcher » auprès de leur public.

Ces chaînes réclament une plus grande bienveillance de la part des organismes de régulation et de financement publics, concernant l'évaluation des programmes qu'ils comptent programmer : s'estimant des éditeurs encore fragiles, ils disent ne pouvoir aborder le genre documentaire que dans un cadre d'écriture contraint²².

Il faut, affirment-ils, faire appel à une écriture « moderne » pour « capter » le spectateur : des écritures « explicites », qui « mélangent avec impertinence et innovation le documentaire et la télé réalité ».

Le recours à la série documentaire-magazine devenant un moyen de créer des rendez-vous hebdomadaires, NRJ12 a installé une case récurrente « Tellement vrai » devenue emblématique de la chaîne. Chaque numéro se compose de « quatre histoires, quatre

22 A vrai dire, toutes les fois que le paysage audiovisuel change, avec l'arrivée de nouveaux entrants, le CNC se trouve confronté à la nécessité d'ajuster ses systèmes de soutien. Que l'on pense au précédent des télévisions locales. Dans les années 2000, on a assisté à la multiplication de diffuseurs locaux, rendue possible notamment par l'ouverture de nouveaux canaux sur le câble. Dans un premier temps, des producteurs soumièrent au CNC de nombreux projets soutenus « en industrie » par les nouveaux partenaires des télévisions locales. Il fallut se rendre à l'évidence que ces soutiens en industrie n'étaient souvent que fictifs : les projets étaient en fait financés peu ou prou par les seuls apports numéraires du CNC... Au lieu d'encourager la professionnalisation de ce nouveau secteur, le risque était de mettre en place une économie artificielle sur fonds d'abus plus ou moins déguisés. Il s'en suivit en 2006 un changement de réglementation : dorénavant, les chaînes locales (et aussi du même coup, les stations régionales de France 3) seraient contraintes de soutenir les films en monnaie trébuchante avec un apport minimal de 6000 Euros. Pour encourager l'« industrialisation » de ce secteur, à compter du 18 février 2011, le seuil minimum horaire d'investissement en numéraire des diffuseurs est porté de 6 000 Euros à 9000 Euros/heure. En deçà de ce seuil de 9 000 €/h, les projets doivent être présentés pour avis devant une commission sélective.

Il s'est agi, dans ces différents moments-charnière, de prévenir les abus et d'encourager un cercle « vertueux » d'augmentation des investissements de production.

Le paysage se présente aujourd'hui sous un jour différent avec la TNT : les apports numéraires des nouvelles chaînes sont substantiels et réels. Par contre, il s'agit de veiller à ce que les projets que le COSIP soutient ne soient pas de « faux » documentaires de création. Le CNC se trouve ainsi à nouveau confronté, mutatis mutandis, à la même question : comment accompagner les évolutions de la production de manière à encourager la professionnalisation du secteur, au bénéfice de la création et de la diversité ?

destins à suivre en parallèle » autour d'une même thématique (*A la maison je suis le roi ; Tout tourne autour de moi ; Ils vivent une double vie...*). Direct 8 propose « Quartier général », une enquête en immersion de 90' dans un même lieu ou sur un même thème (*Le marché de Rungis ; Les écoles d'excellence ; Les détectives privés, etc.*). Ce type de programme rivalise avec ceux qu'on peut trouver sur les autres chaînes gratuites de la TNT, détenues par d'autres groupes, comme « Enquête d'action » sur W9 ou « 90'enquêtes » sur TMC.

Ici, le discours lié à ce type d'écriture devient véritablement ambivalent : ces chaînes se disent obligées de passer par ce type de programmes pour créer des rendez-vous. Ce qui est censé leur permettre à terme, et une fois leur audience installée, de monter en gamme et de diversifier le fond et la forme de leurs programmes. Mais les demandes spécifiques qu'ont pu faire les deux chaînes concernant l'évaluation que les organes de régulation font de leurs programmes, laissent entendre qu'elles espèrent convaincre ces institutions de valider leurs choix actuels.

- NRJ 12 demande que la prise en compte par le CSA du respect des obligations de production soit élargie au-delà des heures de grande écoute. Ce qui implique de faire entrer les productions foncièrement « low cost » dans le respect des obligations de production.
- Direct 8 demande que certains modes d'écriture documentaire qu'ils qualifient de « moderne » – plateau, sujets courts, incarnés, etc. – cessent d'être considérés comme éliminatoires au regard des critères de sélection du CNC.

En affaiblissant les critères liés au respect des obligations de production, on serait conduit à s'écarter d'une politique de création. Pour augmenter l'audience, objectif légitime, il s'agirait alors plus de tordre les règles du jeu que de tendre vers une amélioration de la qualité des programmes.

Mais les chaînes de la TNT ne sont pas les seules à tenter de rapprocher écritures documentaire et magazine, documentaire et télé-réalité... Pour des raisons qui leur sont propres les chaînes publiques entendent, elles aussi, explorer cette démarche au sein de leurs programmes...

3) Les chaînes publiques explorent le mélange des écritures :

Dans un « Manifeste pour le Documentaire », publié à l'occasion du FIPA 2012, le Groupe France Télévisions livre sa profession de foi :

« Le Documentaire est une forme ouverte, qui se renouvelle sans cesse, en accueillant volontiers en son sein des modes d'écriture venus d'autres genres. Il s'enrichit par exemple de la fiction ou des apports de l'écriture du journalisme d'investigation, ou même du magazine et de l'incarnation. Cette porosité relative avec les autres genres n'est pas une faiblesse ni un danger, mais une force et un espoir. »

On peut lire, dans ce désir d'ouverture, la volonté de se départir d'une attitude défensive face à l'intrusion des nouvelles chaînes commerciales numériques terrestres dans le marché de la télévision.

Comment reprendre l'initiative dans un paysage recomposé où les adversaires bénéficient d'avantages concurrentiels indéniables ?

Nous l'avons vu, les chaînes publiques ne peuvent qu'assister en spectatrices aux procédures de rachat de petites chaînes de la TNT par les groupes privés historiques. Ceux-ci ont la possibilité réglementaire de mettre en place des mécanismes de mutualisation de leurs programmes, ainsi que de leurs obligations de production. Même s'il y a encadrement et limitation de ces dispositions, ces groupes bénéficient ainsi d'un avantage économique certain : les nouveaux canaux acquis deviennent l'équivalent d'une deuxième fenêtre. Ceci permet d'amortir les investissements faits par les chaînes « premières » sur des programmes originaux. Ce qui ne peut être le cas pour le *groupe* France Télévisions.

En effet, la constitution du groupe public en cinq chaînes distinctes ne trouve de justification que si chaque chaîne répond à une identité propre, à une mission de service public spécifique (spécificité des programmes et des publics). France 2 est ainsi la chaîne nationale, France 3 la chaîne régionale, France 4 la chaîne des adolescents et jeunes adultes, France 5 la chaîne de l'accès à la connaissance, France Ô la chaîne de l'ouverture sur le monde. Les programmes phares que les unes et les autres mettent en avant ne peuvent pas être partagés, mutualisés, au cours du temps, au risque de perdre l'identité de chacune et donc la *justification* de leur existence en tant que service public. Les chaînes publiques ont ainsi la lourde tâche de devoir non seulement se distinguer face à leurs concurrentes privées, mais, en plus, de le faire *au sein même du groupe* des télévisions publiques.

Cette mutualisation impossible au sein du groupe public explique la tendance de plus en plus marquée à « *financer mieux pour contrôler plus* » ou à commander une part grandissante d'œuvres censées faire événement. Parallèlement, les chaînes du groupe public recherchent des diversifications complémentaires : ligne éditoriale plus dirigée sinon dirigiste, maîtrise des coûts, recherche d'une écriture « moderne/impertinente », voire de nouveaux formats.

Quelques exemples pour éclairer le lecteur sur ces expériences, sans aucune intention ici de les prendre pour cibles, ou de porter un jugement de valeur sur le bien fondé de ces choix :

- C'est ainsi que France 2 tente un format, durant l'été 2011, que même ses consœurs de la TNT n'ont pas encore exploré : *Le jour où tout a basculé*, du « reportage-fiction », ou du « script-reality » comme se plaît à l'appeler Julien Courbet, producteur de l'émission : des témoignages liés à des faits divers ou des drames intimes entièrement remis en scène, réinterprétés par des acteurs – interviews des témoins compris – qui viennent à épouser intégralement la forme que prendrait un reportage de cette catégorie.... 52 modules de 26 min, chacun tourné en deux jours en moyenne.
- De son côté, France 3, à l'été 2011, a proposé un feuilleton documentaire de « proximité », ou « documentaire-magazine ». *Mes vacances au club* relate

8 semaines de la vie d'un club de vacances tenu par un Français en Crète. Huit épisodes de 52 minutes, permettant de suivre des personnages réels et de rendre compte « in vivo » de leurs expériences. Feuilleton documentaire comparable à ceux des chaînes publiques anglaises, qui s'appuie sur certains des codes de la « télé-réalité ».

- Quant à France 5, la chaîne se saisit des thèmes de « la découverte » et de « l'aventure » pour explorer ce qu'elle nomme le « docu-réalité ». C'est ainsi qu'elle lance le projet « *Nus et culottés* » : deux protagonistes se retrouvent nus au milieu d'une forêt de la Drôme, avec pour mission d'atteindre la Corse. Ils ne peuvent compter que sur leur ingéniosité ou sur la solidarité des gens qu'ils rencontreront sur leur route pour se vêtir, se nourrir, se transporter. Autre laboratoire d'expérimentation : *200 km à la ronde*, un feuilleton documentaire où sont relatés, d'épisode en épisode, les vies de cinq familles tenues de vivre plusieurs semaines en consommant exclusivement des produits fabriqués, élevés ou cultivés dans un périmètre de 200 km autour de leur habitation.
- De son côté Arte, pour des raisons différentes, compte elle aussi se confronter à une production qui mélange les écritures. Pour son offre de journée, elle veut mettre en place une série de programmes où elle affirme qu'une « autre économie » ne rime pas forcément avec une moindre qualité, ou une absence d'inventivité. Il s'agit d'expérimenter différentes écritures sans craindre de mettre en œuvre des programmes « incarnés ». C'est ainsi que la série documentaire « Dans tes yeux » sera présentée en fin de journée par une journaliste non-voyante qui explore le monde, accompagnée de son chien fidèle, tout au long de 40 épisodes de 26 minutes.

Les chaînes de service public dans leur ensemble poussent donc à un mélange des écritures. Un phénomène qui amplifie le flou entourant la définition de *l'œuvre documentaire*.

D - Limites rencontrées par les organismes publics d'accompagnement et de régulation (CNC et CSA)

1) Pour le CNC et le CSA, comment estimer le statut d'œuvre ?

Les limites actuelles de la classification des documentaires montrent l'urgence d'apporter une définition plus rigoureusement établie du genre documentaire et de ses différentes catégories. Les disparités d'appréciation entre les deux institutions publiques que sont le CNC et le CSA, concernant la définition de « l'œuvre » documentaire, ne relèvent évidemment pas d'une dispute d'ordre scholastique. Elles ont des

conséquences très directes sur les critères d'évaluation des films et de la politique des programmes des chaînes.

Aussi bien le CNC que le CSA s'appuient, en vue de mener leurs missions propres, sur une définition de l'œuvre audiovisuelle plus stricte que celle établie par le code de la propriété intellectuelle.

Là où le code de la propriété intellectuelle définit, dans son article L. 122-2, une œuvre audiovisuelle comme « une séquence animée d'images, sonorisées ou non », le CSA se réfère à une définition en creux, où l'œuvre se distingue de l'œuvre cinématographique et du flux télévisuel. Elle n'est *pas* « une œuvre cinématographique de longue durée, un journal d'information, une émission de variété, de jeux, majoritairement réalisée en plateau, une retransmission sportive, un message publicitaire, d'autopromotion, du téléachat, ou des services de télétexte ».

Le CNC se réfère au décret 95-110 du 2 février 1995 selon lequel les œuvres audiovisuelles susceptibles de bénéficier d'aides sont « les œuvres de fiction (à l'exclusion des sketches), les œuvres d'animation, les documentaires de création, les créations de spectacles vivants, les magazines et les vidéo-musiques ».

Pour le CNC comme pour le CSA, il importe cependant de fonder leur action sur des définitions suffisamment larges qui leur évitent de tomber dans des abus normatifs, voire une certaine police de la pensée.

Dans l'approche par *catégories* d'œuvres – qu'elle soit en creux ou stricte – la tendance est plus à l'ouverture qu'à l'exclusion. Notons d'ailleurs que les approches strictes par catégorie d'œuvre se trouvent en difficulté dès lors que les programmes n'appartiennent pas forcément nettement à une catégorie donnée, du fait d'un mélange grandissant des écritures.

Le cas de programmes qui se présentent comme « unitaires » alors qu'ils s'inscrivent dans une production sérielle/thématique diffusée dans une case définie est particulièrement problématique. Selon les décomptes opérés par le CNC, 90,2 % des programmes aidés sont dits « unitaires »²³. Pourtant, si l'on observe plus précisément les espaces au sein desquels ils s'inscrivent²⁴ – notamment des magazines ou des cases thématiques formatées – force est de constater que ces « unitaires » s'inscrivent en réalité dans des collections où l'écriture et/ou la thématique sont fortement encadrées. En ce sens, leur caractère de films « uniques » est incertain et le caractère singulier de leur écriture – garant pour partie du caractère d'œuvre – peut légitimement faire l'objet de discussion. Or ces programmes sont fréquemment traités au CNC dans le cadre de l'accès dit « automatique » au Compte de soutien.

Le problème est de taille, dans tous les sens du mot : en 2010, 732 heures de fiction ont été aidées (16,6 % des 4413h aidées au total), 320 heures d'animation (7,3 % du volume d'heures aidées), 529 heures de spectacle vivant (12 %), 377 heures de magazine (8,5 %), et **2454 heures (55,6%) de documentaire**²⁵.

²³ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 22

²⁴ Nous y reviendrons plus précisément à travers le cas de certains programmes de la chaîne M6.

²⁵ Source : Rapport CNC, La production audiovisuelle aidée en 2010, page 7

Les programmes documentaires sont en grande majorité traités « à l'automatique » et non « au sélectif » : en 2010 la production documentaire a été gratifiée à l'automatique d'un volume d'aide de 50,91 millions d'Euros²⁶ (8 millions d'Euros au « sélectif »).

L'enjeu pour le CNC est de traiter chaque projet avec équité, quel que soit le producteur qui le présente, quelle que soit la chaîne qui le cofinance. Les dossiers sont constitués d'éléments artistiques (synopsis, scénario, notes d'intention), économiques (devis), administratifs (contrats et identité sociale de l'entreprise). Ils sont évalués selon un barème qui prend en premier lieu en compte l'appartenance européenne des auteurs, des collaborateurs de création et des industries techniques. La demande qui est faite de préciser le responsable du préachat de programmes dans la chaîne qui finance le projet, ainsi que la case envisagée pour le diffuser, permettent d'appréhender une certaine ligne éditoriale²⁷.

Dès lors que l'aide ressort d'un traitement « automatique », les critères retenus se doivent d'être d'ordre objectif, c'est à dire tendent forcément à être économiques et quantitatifs avant d'être artistiques – même si fond et forme restent le plus possible considérés. Il faut dire qu'il est difficile d'envisager un autre traitement que ce mode opératoire au regard des moyens humains dont dispose le CNC pour ces tâches de validation (cinq chargés de compte et leurs assistants pour traiter l'ensemble des demandes). Le système a ses vertus : traiter un nombre considérable de dossiers de manière aussi neutre que possible. Il a ses inconvénients : comment effectuer de manière équitable et surtout pleinement légitime un tri qualitatif entre des œuvres ?

Quant à la commission du sélectif, composée de professionnels, elle se réunit une dizaine de fois dans l'année à raison d'une soixantaine de dossiers par séance, tous genres confondus. Sa tâche, considérable, est de traiter des projets portés par des sociétés qui n'ont pas accès à l'aide automatique, des magazines culturels, des films dont la durée est courte ou encore des films dont la qualification n'est pas aisément établie selon des critères administratifs usuels et requiert un avis de la commission, afin de donner une légitimité plus grande à la décision.

Autre considération importante : lorsque les dossiers sont traités à l'automatique, des dossiers similaires reçoivent un même traitement, provoquant de ce fait des effets d'entraînement : une société de production déposant un dossier de production relevant de telle ou telle catégorie de programme, même s'il est difficilement identifiable *a priori*, pourra difficilement se voir refuser des projets analogues.

Ce système vient ainsi avantager relativement l'activité des sociétés de production qui ont un compte automatique important. Un tel constat semble relever de la lapalissade. Mais il prend acte de l'assise dont bénéficient des sociétés qui reçoivent de la part d'une chaîne donnée un volume important, voire quasi exclusif, de *commandes liées à une case sérieelle donnée*. Selon le bilan de la production aidée en 2010, publié en 2011 :

- TF1 production, société dépendante, est ainsi la première société de production de documentaires aidés en 2010 avec 73 heures de programmes (parfois en partenariat avec d'autres sociétés). On ne peut pas ne pas mentionner que 94,5 % de ces programmes sont commandés par le groupe TFI.

²⁶ Source : *Bilan 2010 du CNC*, Dossier n°318, p.164

²⁷ A noter toutefois que cette partie du formulaire n'est pas toujours remplie.

- Maria Roche Productions se trouve à la troisième place, avec 41 heures aidées – sachant que cette société assure, entre autres, la production exclusive en 2010 des 43 heures du programme *C'est ma vie* – dont on ne peut affirmer ici qu'elles ont toutes été aidées, mais qui ont bien toutes été enregistrées au CSA au titre des obligations de production de M6.
- Les Productions Tony Comiti se trouvent à la quatrième place, avec 37 heures aidées. Cette agence de presse est entre autres choses le producteur ayant reçu le nombre le plus important de commandes en 2010 à la fois des magazines *Enquêtes Exclusives* (près de 6h sur 47h présentées au CSA) et *Zone Interdite* (près de 10h sur les 30h présentées au CSA). On ne peut affirmer ici qu'elles ont été aidées, mais elles ont bien toutes été enregistrées au CSA au titre des obligations de production de M6.
- La filiale dépendante de M6, C. Productions est à la huitième place, avec 32 heures aidées. Cette filiale est de très loin la société ayant reçu le nombre le plus important de commandes en 2010 pour le magazine *Capital* (près de 35h sur 48h présentées au CSA). Si on ne peut affirmer ici qu'elles ont été aidées, elles ont bien toutes été enregistrées au CSA au titre des obligations de production de M6²⁸.

On le comprend : il n'est pas facile pour le CNC d'évaluer le statut « d'œuvre contribuant au patrimoine culturel » d'un nombre aussi important de projets documentaires prétendant à l'aide automatique.

L'évaluation du respect des obligations de production des chaînes par le CSA n'est pas aisée non plus. Le système est déclaratif : au fil de l'année, les chaînes remplissent à destination du CSA la liste des programmes qu'elles mettent en production, ainsi que les informations qui y sont attachées. Que les programmes en question soient diffusés cette année-là, ou les suivantes, les volumes sont tels qu'il est impossible au CSA d'effectuer un contrôle *a posteriori* (où le projet décrit sur le papier et l'objet fabriqué seraient comparés programme par programme). Le CSA exerce donc son contrôle *a priori*, en se référant aux éléments « objectifs » accompagnant les déclarations des chaînes : la société qui produit, le minutage... et surtout l'aide COSIP accordée ou non²⁹. Tout projet ayant reçu une aide du COSIP est considéré par le CSA comme étant d'office une « œuvre », puisque le CNC est censé avoir une définition de l'œuvre plus stricte que celle du CSA.

Les problèmes de définition rencontrés par les services du CNC dans l'attribution de l'aide automatique au documentaire se trouvent ainsi avoir un double impact : un impact économique dans l'accès au Compte de soutien et un impact réglementaire au CSA. Tant que le CNC devra se contenter des conditions administratives, juridiques et

²⁸ Sources : Rapport CNC - *La production aidée en 2010*, p.104 et Annexe 10 du Bilan 2010 de la société M6 par le CSA.

²⁹

Précisons toutefois que si l'aide apportée par le COSIP à un programme en fait d'emblée une « œuvre » pour le CSA, il arrive par contre que le CSA accepte la qualification d'« œuvre » avancée par un diffuseur pour un programme, alors que celui-ci n'a pas fait l'objet d'une aide du CNC.

financières qui régissent actuellement l'accès au soutien, les effets de la loi 2009-258 du 5 mars 2009 (selon laquelle les obligations de production se doivent de porter « entièrement ou de manière significative sur la production à caractère *patrimonial* ») resteront limités en ce qui concerne le documentaire.

2) Le Documentaire de « Société » : un genre hégémonique ?

Un classement des documentaires aidés par sous-genre est effectué chaque année par le CNC. Ce classement, certes quelque peu artisanal selon les dires mêmes de nos interlocuteurs du CNC, a l'immense mérite d'exister. Quelles que soient ses limites, il a l'avantage d'aider à percevoir certaines grandes tendances.

Le classement 2010³⁰ fait apparaître quinze sous-genres : Animalier, Arts, Arts de la rue, Cinéma, Cuisine, Education, Environnement/Nature, Ethnologie/Sociologie, Géographie/Voyages, Histoire, Jeunesse, Science, Société, Sport, Spectacle vivant.

- Neuf d'entre eux représentent chacun entre 0,1% et 5% du nombre d'heures aidées : arts de la rue (0,1%) ; Jeunesse (0,3%) ; Education (0,6%) ; Cuisine (0,9%) ; Science (1,3%) ; Animalier (1,7%) ; Sport (2,9%) ; Cinéma (3,2%) ; Arts (4,5%).
- Cinq d'entre eux représentent chacun entre 5% et 10% du nombre d'heures aidées : Environnement/nature (6,6%) Ethnologie/Sociologie (6,7%), Spectacle vivant (6,7%), Histoire (7,1%), Géographie/Voyages (8,0%).
- Et à lui seul, le sous-genre « Société » représente 46,8%.

On peut regretter qu'aucune analyse plus fine ne soit effectuée à l'intérieur du sous-genre « société », à la différence du sous-genre « spectacle vivant », par exemple. Alors que celui-ci ne représente que 6,7% de ce qui est soutenu, il est l'objet d'un double classement (à deux niveaux : une sous-catégorisation en cinq autres sous-genres – musique, cirque, genres artistiques : danse, théâtre, autres spectacles – et pour la musique sept nouvelles entrées – classique, contemporaine, hip-hop/rap/électronique, jazz, monde/traditionnel, opéra, variété/rock).

Une analyse plus fine du sous-genre « société » serait d'autant plus nécessaire qu'en observant l'évolution au cours des cinq dernières années, on découvre qu'en 2006, le sous-genre « société » ne représente que 30,8 % de ce qui est soutenu ; qu'entre 2006 et 2010, France 2 passe de 20 heures initiées dans cette catégorie à 91 heures ; France 3 de 79h à 122h ; France 5 de 84h à 122h ; M6 de 34h à 154h... Seule Arte reste stationnaire et on observe même une légère décroissance en volume de ce sous-genre, passant de 110h à 102h³¹.

Le fait qu'en 2006, 31,2 % des heures soutenues avaient un « thème non-précisé » (alors qu'en 2010 seules 2,5 % de ces heures appartiennent à cette catégorie) laisse à penser que la production de ce type d'œuvres ne s'est pas accrue mais seulement *révélée*.

³⁰ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 21

³¹ Sources : Rapports CNC - La production aidée 2006, p.32 et La production aidée 2011, p.21

Il n'en reste pas moins qu'aujourd'hui le phénomène est à souligner dans son importance.

En 2010 cinq des premières chaînes hertziennes accordent une place considérable aux « documentaires de société »³² :

- **France 2** initie 91 heures de documentaires de société, ce qui représente 54,2 % de ses 168 heures initiées. En deuxième position se trouve l'« Histoire » avec 26 heures (15,5 %), et en troisième « environnement nature » avec 14 heures (8,3 %)
- **France 3** (national et régional agglomérés) initie 122 heures de documentaires de société, ce qui représente 39 % de ses 313 heures initiées. En deuxième position se trouve le « spectacle vivant » avec 39 heures (12,5 %) et en troisième l'« histoire » avec 35 heures (11,2 %)
- **France 5** initie 122 heures de documentaires de société, ce qui représente 50,2 % de ses 243 heures initiées. En deuxième position se trouve la « géographie/voyage » avec 21 heures (8,6 %) et en troisième l'« histoire » avec 18 heures (7,4 %)
- **Arte** initie 102 heures de documentaires de société, ce qui représente 36,8 % de ses 277 heures initiées. En deuxième position se trouve le « spectacle vivant » avec 40 heures (14,4 %) et en troisième les « arts » avec 35 heures (12,6 %)
- **M6** initie 154 heures, ce qui représente 94,5 % de ses 163 heures aidées.

On voit ainsi que la propension à s'orienter vers la thématique « société » connaît des niveaux inégaux. C'est ce que l'on voit clairement en observant plus précisément les tendances qui se dégagent dans les six chaînes précitées.

➤ Pour le sous-genre « société » :

- France 2 et ses 54,2 % d'heures initiées dans ce sous-genre se trouve à +7,4 points au-dessus de la tendance générale, située à 46,8 % des heures initiées.
- France 3 se trouve à -7,8 points au-dessous de la tendance générale.
- France 5 se trouve à +3,4 points au-dessus de la tendance générale.
- Arte se trouve à -10 points au-dessous de la tendance générale.
- M6 se trouve à +47,7 points au-dessus de la tendance générale.
- France 5, France 2 et surtout M6 se distinguent donc particulièrement

➤ Pour le sous-genre « géographie/voyages » :

Seules France 5 et Arte se trouvent au-dessus de la tendance générale, et contribuent donc plus fortement à faire émerger ce sous-genre, avec respectivement +0,6 % et +3,9 %.

³²Les données présentes pages 14 et 21 du Rapport CNC – *Le marché du documentaire en 2010* ne permettent de s'avancer que sur ces cinq chaînes historiques. TF1 et Canal Plus ne sont pas prises en compte par manque d'informations. On ne peut donc savoir si elles sont concernées par le phénomène.

➤ Pour le sous-genre « histoire » :

M6 mise à part, chacune des quatre chaînes se trouve au-dessus de la tendance générale et contribue donc plus fortement que l'ensemble à faire émerger ce genre, avec France 2 en tête (+8,4%), suivie de France 3 (+4,1%), Arte (+2,6%) et France 5 (+0,3%).

➤ Pour le sous-genre « spectacle vivant » :

Seules France 3 et Arte se trouvent au-dessus de la tendance générale, avec respectivement +5,8% et +7,7%.

➤ Pour le sous-genre « sociologie/ethnologie » :

Les cinq chaînes sans exception se trouvent toutes au-dessous de la tendance générale.

➤ Pour le sous-genre « environnement/nature » :

Seules France 2 et France 3 se trouvent au-dessus de la tendance générale, avec respectivement +1,7% et +3%.

Si l'on s'arrête enfin au plus gros écart que chaque chaîne affiche tous sous-genres confondus (en s'attachant à celui que chacune cherche le plus fortement à faire émerger par rapport à la moyenne générale) l'on constate que seules trois sous-genres récoltent la préférence de ces cinq chaînes :

- Le sous-genre « société » est fortement présent chez France 5 et M6 : leurs écarts les plus conséquents y étant de respectivement +3,4 points et + 47,7 points.
- Le sous-genre « histoire » est fortement présent chez France 2 : son écart le plus conséquent y étant de +8,4 points.
- Le sous-genre « spectacle vivant » est fortement présent chez France 3 et Arte – leurs écarts les plus conséquents y étant de respectivement +5,8 points et + 7,7 points.

On observe ainsi que parmi les cinq chaînes historiques contribuant le plus fortement en volume à la production de documentaires, certaines favorisent plus vigoureusement la « société » que d'autres... Chacune d'entre elles programme par ailleurs certains sous-genres plus fortement que la moyenne... Toutes sauf M6.

M6 favorise en effet plus nettement la « société » que des chaînes spécialisées du câble ne le font dans leur propre thématique. Par exemple, selon les mêmes données, *Seasons*, chaîne spécialisée « chasse et pêche » du câble, dont le sous-genre de prédilection est « l'environnement/nature », ne le fait émerger qu'avec 42 heures sur 73, à savoir 57,8 % de l'ensemble de ses heures soutenues. Ses deux autres sous-genres phares sont le « sport », à 20,6 % (15h) et « l'animalier », à 12,3 % (9h). De même pour *Equidia*, chaîne spécialisée dans le sport hippique, dont le sous-genre de prédilection

est le « sport », celui-ci représente 13 heures sur 30, à savoir à 43,3 % de l'ensemble de ses heures soutenues. Son autre sous-genre de prédilection est « l'animalier » à 20 % (6h). La chaîne généraliste M6 est donc plus *spécialisée* en « société » que les chaînes *spécialisées* *Seasons* et *Equidia* ne le sont dans leurs propres domaines.

Quand on ajoute à l'ensemble de ces remarques le fait que parmi les nouvelles venues de la TNT, celle qui a cofinancé le plus de documentaires soutenus en 2010 – à savoir NRJ 12 – a initié de son côté 58 heures de documentaires de « société » sur un total de 67, soit 85,1 %, on saisit l'importance de mieux comprendre ce que recouvre la notion devenue très large, trop large, de « société ». Ceci vient confirmer encore l'importance **d'apporter une définition et des catégories plus strictement établies.**

Notre conviction est donc qu'il ne suffit pas de prendre acte de la grande place prise par la thématique « société », et même de sa surreprésentation dans la production documentaire aidée. Il faudrait pouvoir mieux déterminer les éléments constitutifs de ce sous-genre, afin de mieux en appréhender la réalité. Cela conduirait du même coup à une meilleure appréciation des œuvres qui s'y rapportent.

Notre proposition

Préciser les critères de définition du documentaire de création de la part des organismes de tutelle et de soutien.

Ce chantier doit impliquer tous les professionnels et impliquer tant le CNC que le CSA. En précisant les éléments concourant à la définition du documentaire de création, on pourra viser à une plus grande diversité de l'ensemble des chaînes et de leurs programmes, encourager et protéger l'existence de projets ambitieux, tant sur le plan de leur dimension patrimoniale et pérenne que de leur qualité de création et de recherche.

Pour permettre au Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels (COSIP) de gratifier d'une prime à la création les projets se distinguant par leur ambition :

Création d'une commission d'aide sélective aux documentaires et magazines culturels.

Nous suggérons que le documentaire et le magazine culturel bénéficient, comme c'est le cas du spectacle vivant, d'une commission sélective spécialisée, composée de professionnels. Outre les fonctions déjà en place (aide aux projets portés par des entreprises ne disposant pas de compte automatique, aide aux œuvres courtes, aide aux projets bénéficiant d'un apport faible en numéraire de diffuseurs), cette commission aurait pour vocation de se prononcer de manière légitime sur l'aide apportée aux projets dont il s'avèrerait nécessaire de vérifier l'appartenance au genre documentaire. La commission devrait entre autres examiner les séries et formats pour en apprécier l'apport créatif et novateur lorsqu'un traitement à l'« automatique » n'y suffit pas. Particulièrement attentive à ce type de programme, elle devrait parfois préconiser des décisions de financement selon un coefficient augmenté pour les avancées de créativité, et diminué pour des productions caractérisées par la répétition de formules déjà pratiquées. Cette commission aurait en outre la mission de distinguer des projets documentaires unitaires particulièrement ambitieux et originaux, qui se verraient ainsi gratifiés de coefficients bonifiés en vue de réinvestissements. Parmi les critères retenus pour être qualifiés : distinguer ce qui est « unique » et relève de la création « originale », projets longs à monter avec recherche de partenaires étrangers, projets impliquant une part de risque liée à l'appel à de jeunes talents.

Créer une commission d'aide sur films création, analogue à celle qui existe pour le cinéma

Des films distingués par les festivals et les manifestations de professionnels devraient pouvoir bénéficier d'une prime à la création. En particulier lorsque les financements limités de départ ont demandé une forte prise de risque aux producteurs. L'attribution de cette prime devrait se trouver assortie de la garantie de rémunération effective des auteurs et collaborateurs contribuant à la création de l'œuvre primée.

Revoir les obligations de programmes dans le sens de la diversité

La mise en place de nouvelles chaînes de télévision de transmission numérique terrestre a ouvert de nouvelles opportunités de mobilisation d'audiences ainsi que de vente d'espaces publicitaires, générant des revenus commerciaux. La concentration en cours autour de groupes opérateurs des chaînes hertziennes historiques devrait conduire à revoir et renforcer les obligations de diversité et de création d'inédits pour toutes les chaînes, explicitant les genres de programmes qui doivent être produits (fiction, documentaires, animation, spectacles, magazines culturels). Concernant le documentaire, la qualification en tant qu'œuvre patrimoniale devrait s'appuyer sur des critères de définition précisés.

Il serait enfin souhaitable de réexaminer les dispositifs réglementaires régissant les cessions de programmes entre chaînes/mères et chaînes/filiales.

PARTIE II : CONSOLIDER L'AVENIR DU DOCUMENTAIRE DE CREATION : QUELS MOYENS ?

A – Développement et financement

1) Le caractère crucial du développement :

On ne peut que prendre acte de l'écart, jusqu'à un certain point inévitable, entre la demande des chaînes et les propositions des auteurs et producteurs pour ce qui est du documentaire de création. Il s'agit pourtant de trouver les voies et les moyens d'approfondir le dialogue et d'éviter les oppositions stériles. Pour y parvenir, encore faut-il que les échanges soient nourris par des propositions suffisamment élaborées. C'est ainsi qu'au fur et à mesure de nos rencontres est apparue l'importance majeure que revêt la question du développement pour l'ensemble de nos interlocuteurs.

Du côté de la production des programmes, les auteurs, les producteurs et les diffuseurs conviennent que c'est dans la qualité du travail mené en amont de la fabrication que se créent les conditions d'une plus grande qualité et diversité des œuvres. Mais la réflexion concerne aussi la capacité même des sociétés de production à faire des propositions ambitieuses : c'est dans la recherche et le développement que se trouve une bonne part du « secret » de leur capacité à innover, et donc à subsister et croître. C'est dans les phases de développement aussi que se créent les conditions permettant la recherche de financements complémentaires à ceux des diffuseurs français, tant institutionnels qu'internationaux.

Mais au delà de cette belle unanimité, l'on est frappé par les discordances et les paradoxes.

Les diffuseurs reprochent souvent aux producteurs l'insuffisance de leurs propositions, tandis que les producteurs se disent bridés dans la mobilisation des ressources matérielles et intellectuelles nécessaires au déploiement de leurs projets. En effet, même si les producteurs conviennent de l'importance stratégique de ce moment du développement, ils n'ont pas - ou ne se donnent pas - toujours les moyens de le financer convenablement, faute de ressources propres et en faisant valoir que les systèmes d'aide au développement existants sont inadéquats. Quelle qu'en soit l'interprétation, un résultat indiscutable de cette situation est le plus souvent l'insuffisance de la rémunération du travail des auteurs à cette étape. C'est ce qu'observe à sa manière un auteur dans un rapport récent publié par la SCAM : « *Les diffuseurs voudraient que les producteurs paient la phase d'écriture mais un producteur ne veut pas payer s'il n'est pas sûr de vendre le film. C'est le serpent qui se mord la queue.* »³³ Ajoutons que les auteurs pâtissent de cette situation, non seulement du fait de leur situation matérielle précaire, mais aussi parce que la situation de porte-à-faux où ils se trouvent mis (revendiquer des projets dont ils connaissent bien les faiblesses), limite leur pleine implication dans la genèse des œuvres.

La question du développement est ainsi révélatrice des rapports qu'entretiennent les partenaires de la création : comment s'effectue la prise de risque respective des auteurs, des producteurs, des diffuseurs et des instances qui peuvent accompagner la naissance d'un projet ? Comment faire en sorte que cette phase délicate aille au-delà de la tentation de répéter à l'identique des recettes déjà éprouvées ? Comment prendre le

³³ Rapport Scam – *Etat des lieux du documentaire*, p. 26, 2011

parti de faire appel à de nouveaux auteurs, ou à des auteurs confirmés qui s'essayeraient cette fois à un nouvel exercice ? Comment esquisser dès cette phase un terrain d'entente suffisant sur le projet entre différents partenaires français et internationaux, diffuseurs et autres financeurs potentiels ? Comment, au delà de la définition d'un sujet, s'assurer de la viabilité, de la force et de l'originalité de son traitement ?

On oppose quelquefois artificiellement l'élaboration préalable d'un dispositif de réalisation et ce qui serait le caractère par nature imprévisible de l'approche documentaire du réel. En réalité on peut dire que dans la naissance d'un projet, le développement est le moment où se créent les conditions de sa pleine écriture. Il s'agit en effet de vérifier hypothèses et partis pris éditoriaux et artistiques par un travail de documentation, d'enquête, de prise de connaissance des lieux, par la rencontre avec des personnages éventuels, par la consultation d'experts. C'est aussi le moment où il s'agit d'aller au delà d'idées exprimées seulement sur le papier. Par exemple, en opérant une première collecte d'éléments d'archives ou encore en procédant à des essais de tournage et montage, à des essais d'animation ou de traitement graphique, etc. C'est enfin le moment privilégié pour fabriquer des documents audiovisuels (bande annonce, trailer) pour sensibiliser des partenaires éventuels au projet au delà des intentions verbales et écrites.

a) Les travaux de développement soutenus par les chaînes :

Les responsables d'unités documentaires et les chargés de programme nous ont souvent exprimé leur frustration devant la qualité insatisfaisante des projets qui leur sont soumis. A les entendre, on leur donne trop souvent à lire des projets fort maigres, à peine travaillés, qui ne sont guère que le résultat de « copier-coller » sur Wikipedia. Ils reprochent aux projets de décrire trop souvent un sujet, sans qu'on voie nettement le mode de narration proposé, ni qu'on perçoive la façon dont un réalisateur entend donner sa propre empreinte audit sujet. Ils attribuent entre autres ces travers au fait qu'un grand nombre de producteurs n'investissent pas affectent pas des moyens financiers adéquats au développement.

Lorsqu'on se fait l'écho de ces critiques auprès des producteurs et des auteurs, ceux-ci ne cherchent guère à en disconvenir. Ils renvoient cependant la balle à l'expéditeur en faisant valoir que, sauf dans le cas de programmes de « prime time », il est rare que le grand partenaire qu'est France Télévisions s'engage au côté des producteurs dans le cofinancement ou le financement du travail de développement nécessaire à la maturation d'un projet. On voit ainsi des projets se lancer alors même que chacun, en son for intérieur, les trouve insuffisamment approfondis, tout en se disant que la mise en production permettra leur affinement.

D'autres chaînes, comme Arte France et Canal Plus, mettent en œuvre une politique de développement. Mais il apparaît que la phase de développement correspond en fait – à quelques rares exceptions près – à une période d'attente, voire d'attermoiement, avant de se lancer en production. L'avantage d'une telle manière de procéder n'est certes pas nul : il se vérifie qu'une phase de développement permet effectivement que les projets se mettent sur de bons rails. Les auteurs y trouvent aussi un certain avantage matériel et les sociétés de production sont mises en état de travailler dans de meilleures conditions. Par contre, la solution de continuité presque généralisée entre le développement et la production, conduit à ce que le

« développement » perde sa dimension expérimentale. On consolide les projets mais on ne prend pas toujours le risque de s'aventurer en des territoires inexplorés. C'est pourquoi on peut penser qu'aujourd'hui, selon l'expression de responsables d'Arte, l'enjeu serait d'« apprendre à développer pour voir ». Ceci, sans préjuger trop vite de la destination d'un projet dans la programmation, plutôt que de « développer pour produire » en vue d'une case donnée. Bien entendu, la conséquence d'une telle démarche serait qu'il y aurait en définitive moins de projets élus que de projets développés. Cela engendrerait certes des déconvenues, mais on peut penser globalement qu'une telle situation stimulerait une prise de parti plus affirmée des producteurs et des auteurs et, en définitive, tendrait à améliorer la qualité des projets retenus.

Plus généralement, nous sommes convaincus qu'un travail de développement mené de manière cohérente en amont de la mise en production d'un projet permet de se poser de bonnes questions au bon moment. La qualité du dialogue entre auteurs, producteurs et diffuseurs y gagne, tout comme la qualité finale des films. Et on évite peut être ainsi les crises que connaissent trop souvent certains films en leurs parcours où des malentendus entre producteurs, auteurs et diffuseurs peuvent conduire à des questionnements et réorientations effectués de façon intempestive.

b) Les capacités d'initiative des producteurs et le CNC :

Indépendamment de la contribution des chaînes, le développement requiert une capacité d'initiative autonome de la part des producteurs. Il s'agit pour eux de chercher par leurs propres moyens à éprouver des idées en leur donnant corps et substance. Cependant, cette recherche est limitée par le manque de ressources propres des sociétés de production.

Pour ce qui est de la description de sujets, on peut remarquer que certaines agences de presse sont relativement bien équipées sur le plan organisationnel pour rédiger des propositions qui se « tiennent ». Disposant de rédactions « sur pied », où des journalistes et documentalistes peuvent être mobilisés pour la recherche d'informations (la recherche d'une forme est certes une autre question), elles n'ont pas besoin de recruter des collaborateurs au coup par coup pour l'écriture de projets. Elles jouissent ainsi d'un avantage compétitif sur la plupart des sociétés de production documentaire.

Parmi les leviers dont les sociétés de production disposent se trouve la possibilité de recourir à des aides portées par le CNC.

Parmi ces aides au développement, il existe deux grandes filières : les aides gérées par le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, et celles gérées dans le cadre du Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels (COSIP).

- **Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle.**

La première filière vise délibérément à soutenir le documentaire de création. Il s'agit d'un dispositif à plusieurs étages : en premier lieu, une aide à l'écriture des projets accordée aux auteurs (de 7000 Euros), suivie d'une aide au développement dès lors que ces auteurs s'accordent avec des producteurs. Ce volume d'aide cumulé n'est pas

négligeable puisqu'il peut avoisiner 15 à 25 000 Euros, dès lors que la commission de professionnels constituée pour évaluer ces projets est convaincue de leur cohérence éditoriale, artistique, financière et logistique. A ce dispositif s'ajoute depuis 2008 une « aide renforcée au développement » qui vient soutenir de sommes conséquentes (plusieurs dizaines de milliers d'Euros) quelques projets jugés innovateurs en leur forme et propos, et pourtant difficilement « vendables » en l'état aux chaînes de télévision. L'espoir est que le développement avancé rendra enfin possible leur mise en production à la télévision et éventuellement en salle. Cette aide qui est apportée à quatre ou cinq films par an devrait voir son nombre de bénéficiaires doubler.

Ce dispositif est évidemment bienvenu puisqu'il donne leur chance à des projets particulièrement ambitieux qui ne s'intègrent pas d'emblée dans la programmation documentaire des chaînes de télévision. On peut maintenant dresser un premier bilan : force est de constater qu'alors que ces projets avaient peine à trouver preneur à la télévision, le développement auquel ils ont donné lieu n'a guère réussi à convaincre davantage. C'est ce qui explique que quelques-uns de ces projets ont tenté leur chance, avec des fortunes diverses, dans l'exploitation en salle.

On peut tirer une conclusion double de l'examen de cette filière : il ne suffit pas qu'un projet soit développé dans de bonnes conditions pour que les chaînes de télévision s'y associent si elles estiment qu'il ne correspond pas à leurs priorités éditoriales.

Au fond, il faut bien prendre acte de l'écart qui s'est creusé plus généralement entre les choix du Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle et ceux des diffuseurs : cet écart s'observe aussi dans les projets aidés par la commission d'aide à l'écriture qui finissent dans environ trois quarts des cas par ne pas être diffusés à la télévision. Mais d'un autre côté, on ne peut que se féliciter de l'existence et même du renforcement de cette filière pour la destinée des films documentaires de création. Elle permet de créer les conditions d'émergence de films singuliers, fragiles, portés par un désir d'auteur plus que par la réponse aux attentes supposées du public, telles qu'elles sont interprétées par les responsables des programmes des chaînes de télévision.

- **Aide au développement du COSIP**

La seconde filière, gérée dans le cadre du compte automatique du COSIP, ressort de l'aide à l'industrie qui est dans le mandat du CNC. Il s'agit ici de renforcer les capacités de recherche et développement des producteurs engagés dans des projets donnés.

Certains producteurs soulignent pourtant qu'ils sont confrontés à de réelles difficultés lorsqu'ils veulent solliciter leur compte automatique pour des travaux de développement – ce qui est d'autant plus problématique que le mécanisme des comptes automatiques a été spécifiquement mis en place pour garantir que les producteurs réinvestissent dans la création à venir. Selon ces producteurs, les difficultés sont de plusieurs ordres :

a) si le développement lancé ne mène pas à une mise en production au bout d'un an, les producteurs sont censés le rembourser pour moitié – ce qui démultiplie le principe de risque lié au développement. La démarche de développement se verrait donc « punie » plutôt qu'encouragée.

b) il existe des sommes accordées tacitement, de manière forfaitaire, sans que cela ne soit jamais dit officiellement ni mentionné dans aucun texte. Ces sommes sont déterminées par la durée des films (8000 Euros pour un film de 52 minutes, 15 000 Euros pour 90 minutes). Il n'est donc pas tenu compte de la spécificité de chaque projet

et des enjeux propres à chacun : par exemple, faire des essais d'animation pour un projet de film scientifique est autrement plus coûteux que le seul recours à des experts et à des dépenses de voyage qu'exige tel autre projet.

c) le plafond de 30 % de l'ensemble du compte automatique, même s'il a été relevé, qui peut être consacré au développement freinerait certaines ambitions.

Pourtant au CNC on fait valoir que depuis plusieurs années, le remboursement à 50 % en cas de non mise en production n'a plus cours. Aujourd'hui, en cas de projet avorté, il suffirait au producteur de prouver dans les trois ans suivant le versement de l'aide, que le développement a bel et bien été mené pour que le compte soit crédité à nouveau et réapprovisionné. Plus même, un producteur peut être autorisé à recourir à son compte pour du développement l'année suivant un développement inabouti. Quant aux paliers tacites et au plafond de 30 %, ces mesures s'expliqueraient avant tout par le fait que la majorité des devis prévisionnels des producteurs venant justifier le montant de leur demande tiendraient plus de l'avance de trésorerie – servant à payer des frais généraux non spécifiques au projet – qu'à un budget représentatif du travail de développement d'un projet particulier. En réalité, les paliers tacites auraient, affirme-t-on au CNC, l'avantage d'être négociables et évalués au cas par cas, dès lors que le producteur éclairerait de manière convaincante sa démarche³⁴.

Comment comprendre cette divergence d'interprétation entre certains producteurs (et, à vrai dire, le milieu des producteurs plus généralement) et le CNC ? Au-delà de l'évaluation portée sur l'application des règlements, on peut penser que se présente ici un symptôme de la réalité des pratiques. Le monde de la production documentaire (producteurs, diffuseurs et CNC) semble, en dépit des déclarations affichées, éprouver des difficultés à donner dans les faits au développement le rôle proprement stratégique qui devrait être le sien : difficultés chez les producteurs à engager les démarches éditoriales nécessaires, difficulté au CNC d'accompagner efficacement les producteurs dans ce domaine.

Il est un autre facteur qui vient brider les projets de développement de certains producteurs : il arrive que ceux-ci, en période temporaire de décrue de leur compte, se trouvent dans l'incapacité de mobiliser des ressources pour le développement, alors même que ce serait nécessaire pour leur activité. Ne faudrait-il pas envisager en conséquence, comme le projet s'en dessine en fiction, une ouverture du dispositif des avances aux aides à la préparation en documentaire ? Certes, ce dispositif aurait l'inconvénient d'entraîner mécaniquement une nécessité de remboursement en cas de projets non aboutis, mais il donnerait aux producteurs une plus grande souplesse d'utilisation de leur compte et favoriserait leur capacité d'initiative, au moment où ils en décident.

Une autre question a émergé au fur et à mesure de nos auditions avec les producteurs, qui touche à la nature du développement. En réalité, les besoins de développement sont

³⁴ Le caractère trop souvent hâtif et approximatif de la présentation des stratégies de développement par les producteurs semble caractériser l'une et l'autre des deux filières d'aide. Qu'on permette ici à deux membres de la présente mission, qui ont participé aux travaux de la commission du Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, de confirmer que tel est le cas pour celui-ci.

de deux ordres : le développement de tel ou tel projet individuel ; la capacité d'une société de production à développer un ensemble cohérent et articulé de projets. Or, pour ce qui est du COSIP, c'est seulement le développement de projets individuels qui a jusqu'ici été considéré. Cela conduit à la difficulté de l'élaboration d'une véritable stratégie, passant par la priorité obligée mais non délibérée de privilégier trop tôt tel ou tel projet. Et si l'on envisageait les choses autrement : par delà l'aide à tel ou tel projet qui reste nécessaire, ne faudrait-il pas envisager une véritable contribution du COSIP aux capacités de développement des sociétés ?

L'avantage de tels systèmes d'aide à la préparation est qu'il donne aux producteurs la capacité de lancer concurremment des projets différents, de juger à l'épreuve de leur développement effectif, leur véritable potentialité. Avec la souplesse nécessaire, cela peut même conduire à substituer le développement de tel projet à tel autre. Ce qui se dessine alors est un espace de recherche et développement plus autonome où les producteurs peuvent porter plus avant des projets sans s'astreindre à la réponse immédiate à des demandes de court terme.

Notre proposition

Repenser le développement, à la fois comme une prise de risque et comme une étape incontournable.

Repenser et renforcer la phase de développement des projets est une nécessité incontournable. C'est une façon de faire émerger de nouvelles écritures et de nouveaux auteurs. C'est un élément favorable à un dialogue plus constructif entre auteurs, producteurs et diffuseurs. C'est aussi une manière de remédier à la faiblesse de nombreuses productions françaises pour la mise en place de partenariats internationaux.

Côté diffuseurs, le développement doit devenir une pratique naturelle, une étape qui n'est pas obligatoirement suivie par la mise en production.

Côté producteurs, indépendamment d'un diffuseur, le risque du développement est un moyen indispensable pour élaborer des projets ambitieux et convaincants.

Côté CNC, il convient de renforcer le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle. Il importe ensuite de repenser le cadre du développement pour aider des projets, en fonction de leur réalité spécifique, et non de critères administratifs portant sur la seule durée des œuvres. Il faudrait envisager l'élargissement du mécanisme des avances à la production, à la phase de préparation. Par ailleurs, il conviendrait de renforcer les capacités de développement de sociétés de production en encourageant leur constitution de catalogue de projets. Pour ce faire, il faudrait mettre en place un mécanisme annuel de financement de tels catalogues, au-delà de préparation de projets individuels, similaire au « slate funding » promu par le programme MEDIA et la PROCIREP.

L'étape préalable et indispensable à de tels remaniements est que tous les partenaires concernés se mettent d'accord sur ce qu'est un développement.

Une meilleure information doit être apportée par le CNC en vue d'une utilisation plus efficace et plus souple des mécanismes d'aide existants.

Il importe de promouvoir une « développement visible », ce qui implique :

- une rémunération des auteurs, mais aussi des producteurs, pendant cette phase préparatoire
- une transparence des budgets afin que l'aide au développement ne se transforme pas en une simple avance de trésorerie qui serait soustraite par la suite du budget de production.

2) L'ouverture internationale mise au service de l'ambition des projets :

L'un des chantiers mis en œuvre par les producteurs documentaires indépendants qui cherchent à rendre leurs activités viables à partir des années 80 et 90 est l'ouverture internationale. Il s'agit pour eux d'élargir la circulation des films, de trouver un nouveau public et ainsi de consolider leur économie par de nouveaux financements et de nouvelles recettes. En outre, ils font la découverte d'autres sources d'inspiration, d'idées neuves grâce aux contacts noués avec des partenaires, des diffuseurs et des producteurs étrangers. Les producteurs renforcent ainsi leurs savoir-faire, leur légitimité, leur indépendance économique et créative. Tout cela leur permet de mieux tenir leur rôle de force de proposition et de soutien à la création.

Il apparaît pourtant aujourd'hui que, malgré certaines possibilités nouvelles dont les producteurs se saisissent, l'ouverture internationale, en matière de documentaires de création, marque le pas devant des réalités complexes et contradictoires.

Premier fait brut : la part des apports étrangers qui était de 5,6 % en 2001 est en 2011 de 5,7 % dans les financements des films bénéficiant d'une aide au CNC. Parallèlement à la croissance globale des financements, entre 2001 et 2010 (de 318,4 millions à 395,3 millions d'Euros, soit une croissance de +24,2 %)³⁵, les apports étrangers sont passés de 17,8 millions à 22,6 millions (une progression de +27 %).

Cependant, la structure de ces apports étrangers a connu un changement important : il y a encore dix ans, les apports provenant de coproductions et de préventes étaient plus importants que les apports en ventes réalisées une fois le programme terminé. Cette situation s'est inversée.

La crise a en effet conduit certains diffuseurs étrangers, avec qui les producteurs négociaient auparavant des préventes, à se contenter en fait d'achats après coup. C'est qu'en temps de restrictions, ces partenaires considèrent que le surcoût qu'entraîne pour eux la priorité d'accès aux droits de diffusion sur leurs territoires, ne suffit pas à justifier des achats anticipés³⁶. Ils préfèrent en fait voir un programme achevé qui leur convienne que prendre le risque d'un préachat dans des conditions où ils n'ont guère de maîtrise sur la production.

On pourrait certes faire la remarque de bon sens que la meilleure façon de s'éviter de mauvaises surprises reste pour ces chaînes de coproduire des programmes. La coproduction avec des producteurs français s'effectue alors par l'entremise de coproducteurs locaux qui connaissent plus directement, de par leur culture et leur expérience, les attentes et les préoccupations de leurs propres diffuseurs. Cette configuration qui peut sembler la plus solide et créative rencontre cependant de sérieuses difficultés : les montages de telles coproductions sont complexes et supposent des engagements financiers contraignants. L'exercice de la coproduction est le plus souvent délicat : les mécanismes de financement mis en place dans les différents pays

³⁵ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 12

³⁶ Ajoutons que lorsque les préventes se font tout de même, elles sont fort souvent négociées à des tarifs qui ont baissé, du fait de l'amoindrissement des ressources des chaînes qui étaient de tradition les plus solides, en Europe et ailleurs.

supposent, pour déclencher des apports significatifs, de répartir les dépenses de production selon les différents pays concernés, afin de respecter les règles des uns et des autres. Il en découle parfois un alourdissement de la production et souvent des tensions entre coproducteurs, soumis à des contraintes dont l'addition est complexe. Dans un moment de crise comme le nôtre, les différents fonds sollicités (c'est vrai du CNC comme des fonds étrangers) veillent plus que jamais au respect de la réglementation et ne font plus toujours preuve de souplesse, de peur d'accorder des aides au détriment de projets nationaux moins problématiques.

Interrogé sur ce point, le CNC fait valoir que trop de coproductions jouent de manière discutable avec les textes, cachant à peine la réalité de montages où des coproducteurs français sont les représentants intéressés mais peu actifs de productions d'initiative étrangère... Des producteurs particulièrement engagés dans des coproductions internationales redoutent pour leur part un respect parfois frileux des textes qui ne tient pas compte de la réalité dynamique des coproductions. Il peut arriver par exemple que la part de dépenses françaises soit insuffisante au regard des textes, que tel ou tel poste requis pour la part française ne soit pas pourvu alors même que le producteur français se trouve indubitablement moteur dans l'économie du projet. Ces producteurs regrettent que le souci légitime de protéger notre industrie ait pour effet paradoxal d'en brider les possibilités. Sans doute faudrait-il réviser la manière même de considérer les coproductions : et si l'on voulait bien considérer que l'apport étranger en préventes et parts de coproduction était à mettre au crédit du producteur français ? Il faudrait alors considérer que les apports étrangers, loin de constituer des « malus » devraient au contraire être appréciés comme des « bonus » devant être pris en compte dans l'évaluation du programme. Il apparaît en tous cas aux auteurs du présent rapport que ces questions méritent d'être discutées ouvertement par la profession : ce qui est en jeu est la présence de l'industrie française sur la scène internationale et même sa capacité d'entraînement auprès de ses partenaires étrangers.

Et puis une autre donnée, massive, s'est peu à peu imposée : s'il est bien une tendance « internationale » lourde, c'est pour la plupart des diffuseurs le choix de présenter... des programmes dits « domestiques », de « proximité », voire « incarnés » grâce à des récits portés par des personnes dans lesquelles le public est censé se reconnaître. Bref, la tendance internationale, c'est d'éviter l'international. D'où la multiplication de programmes de « société » déjà relevée plus haut, où le public se reconnaît aisément. D'où aussi la tendance à privilégier des programmes d'histoire nationaux. En ce qui concerne ces derniers, l'amélioration réelle du financement (que l'on pense au cas de France 3) se traduit d'un autre côté par l'amoindrissement de leur attractivité sur la scène internationale. Ce qui est gagné d'un côté est ainsi perdu de l'autre. Plus généralement, la tendance au rétrécissement national, conduit les diffuseurs à favoriser l'accès de leurs spectateurs à des réalités culturelles et sociales familières. L'ouverture au vaste monde apparaîtrait comme menaçante ou peu « concernante », selon le jargon du moment. On peut certes s'en étonner : le local n'est-il pas plus global que jamais, et inversement ? Toujours est-il qu'une tendance lourde au repli national ne facilite pas les projets internationaux, d'autant que cette tendance se retrouve... dans les autres pays.

Quelles que soient les difficultés décrites ici, il y a pourtant bien des programmes documentaires qui s'exportent (ce sont d'ailleurs les documentaires qui s'exportent le mieux parmi les programmes français de télévision). Ainsi que le rapporte une étude

récente de TVFI et du CNC³⁷, les programmes qui remportent le plus de succès à la vente sont ceux qui répondent à l'une des trois caractéristiques suivantes : un lien avec l'actualité ; un caractère décontextualisé et général, de façon à ne pas apparaître comme « étrangers » ; le traitement d'un sujet qui concerne de près le pays acheteur. Ajoutons que quand les diffuseurs tiennent compte de la réalité internationale, ils le font selon un registre limité : selon les termes du rapport, « *Les reportages d'actualité (« current affairs ») et les sujets géopolitiques sont extrêmement appréciés par les acheteurs internationaux* » ; « *En termes de genres, les sujets voyage, découverte et « lifestyle » restent ceux qui se vendent le mieux à l'étranger.* » « *Pour avoir une chance d'être achetés outre-Atlantique, les sujets doivent être forts et s'adresser à la culture américaine* ». Reste qu'un certain appétit s'exprime pour des documentaires de science et de découverte comme pour des programmes historiques « haut de gamme ».

Malgré les tendances lourdes s'opposant au partenariat international, des exemples³⁸, certes moins nombreux qu'on pourrait le souhaiter, prouvent qu'il est possible pour des producteurs français de s'imposer sur le marché européen et mondial. Ces exemples viennent infirmer un pessimisme fataliste qui paralyse l'action. Que nous apprennent-ils ? En premier lieu, ces projets résultent d'un développement important. On l'a vu plus haut, c'est la condition indispensable pour qu'un projet devienne l'entreprise commune de partenaires ouverts à une problématique transnationale. C'est aussi la condition pour que le travail engagé soit d'une qualité telle qu'il suscite l'intérêt de nouveaux investisseurs, de pré-acheteurs puis d'acheteurs sur le marché international. Mais comme le remarque Yves Janneau, commissaire général du Sunny Side of the Docs, c'est aussi une affaire de visibilité. La diffusion n'est jamais qu'un moment dans la vie d'un projet. Elle doit être précédée d'un « buzz » suscité par des présentations rédigées en plusieurs langues, de bandes-annonces circulant en amont sur Internet, de « flyers » (feuilles de présentation) circulant dans les marchés, une participation aux pitches qui se sont multipliés à travers la planète. Même si l'efficacité de ces divers supports n'est pas toujours immédiate, il s'agit en quelque sorte d'« occuper l'espace », de rendre l'existence d'un projet incontournable, de manière à susciter la curiosité, l'intérêt et finalement l'appétence. Il s'agit ensuite, le film achevé, de faire écho à sa diffusion pour que le film commence une vie nouvelle : mobilisation des spectateurs internautes, VOD, DVD, festivals. Tout cela suppose énergie, temps et moyens. C'est ici que la fragilité des producteurs français est manifeste, par manque de ressources en développement et en marketing. Le déploiement de tels moyens ne mériterait-il pas d'être considéré comme un axe stratégique du soutien qu'apporte le COSIP en matière de développement et d'aide à l'exportation ? Ne pourrait-on pas par exemple considérer comme une dimension essentielle de ces soutiens, l'aide au financement des traductions de projets, l'aide à la fabrication de programmes sur le web visant à aider à leur promotion, l'aide à la présence sur les marchés internationaux ?

Une telle mobilisation de moyens par les producteurs apparaît d'autant plus cruciale que la structure de nombreux projets internationaux a changé. Le recul des engagements

³⁷ Rapport CNC-TVFI, L'exportation des programmes audiovisuels français en 2010.

³⁸ Que l'on pense par exemple au succès commercial remarquable d'« *Apocalypse* », de Daniel Costelle, Jean-Louis Guillaud, Henri de Turenne, Isabelle Clarke, produit par Louis Vaudeville, ou encore à « *Adieu Camarades* » produit par Artline et son coproducteur allemand Gebruederbeetz, ou encore « *Les combattants de l'ombre* » de Cinétévé.

des partenaires historiques fait place à la dissémination de sources de financements étrangers : progression des nouveaux diffuseurs numériques et aussi présence plus forte sur les marchés internationaux des diffuseurs d'Europe de l'Est et d'Europe centrale. Un savoir-faire nouveau doit ainsi se développer chez les producteurs, cherchant à construire des coalitions très larges, plutôt que des partenariats resserrés. Certes, les préachats se font à des prix très réduits, mais leur conjonction peut permettre l'obtention par des producteurs européens d'une aide MEDIA à la diffusion (il suffit en effet que chacune des participations de ces diffuseurs représente de 0,1 % à 1 % du budget total de production, selon l'origine géographique du diffuseur et la catégorie du projet). C'est une telle configuration qui rend possible une bonne part des projets internationaux d'initiative française (les producteurs français représentent à eux seuls environ un quart des subventions d'aide à la diffusion de MEDIA).

Et puis la transformation des usages de consommation audiovisuels, de convergence et d'éclatement conjoints des médias, l'existence de multi-plateformes et de multi-formats, ouvrent la voie à une ère nouvelle de cross et transmedia : une même œuvre peut être amenée à connaître une variété de formes et d'expressions. Un mouvement est en marche où il existe de manière croissante une pluralité de façons de s'emparer d'un même objet audiovisuel. S'offre ainsi à des acteurs nationaux la possibilité de procurer à leurs homologues internationaux un espace d'appropriation des œuvres. Il est intéressant de noter à cet égard que certains accords de coproduction entre chaînes vont déjà dans ce sens : le renouvellement fin 2010 de l'accord de coproduction entre France Télévisions et la NHK – qui vient élargir celui qui l'avait précédé entre France 5 et la NHK en 2002 – affirme la volonté de développer ensemble un nombre croissant de plateformes web communes, dans la lignée de la collaboration initiée avec les expériences *Secret Civilizations : Incan, Mayan, and Aztec Worlds* et *Life Force*, en plus des programmes documentaires Découverte, Science et Technologie, Histoire et Archéologie, Éducation... C'est sans doute un nouvel espace ouvert à l'initiative de producteurs dont la centralité, en tant que porteurs des projets, est cruciale. Une telle perspective impose une réflexion conjointe avec les auteurs sur les modalités nécessaires d'un respect réactualisé des droits protecteurs des œuvres.

Notre proposition

Encourager la coproduction internationale.

La vitalité créative aussi bien qu'économique dépend en partie de son exposition internationale. Il importe donc de créer un mécanisme de bonification des aides à la production de manière à soutenir le rôle actif des producteurs français qui parviennent à augmenter les apports à la production grâce à des partenariats internationaux.

Le soutien au développement et l'aide à l'exportation devraient être mieux ciblés de façon à encourager les producteurs qui cherchent à donner une dimension internationale à leurs projets.

3) L'apport du mécénat : un accès à faciliter

Les apports au titre du mécénat ont représenté près de 700 millions d'Euros en 2011. Alors que ces ressources pourraient contribuer significativement au financement des œuvres documentaires, l'état actuel de la législation interdit aux sociétés de production d'en bénéficier. Il s'agirait donc d'aménager la réglementation pour ouvrir le mécénat au champ du documentaire de création, en production ainsi qu'en promotion internationale.

La période de crise économique que nous connaissons constitue une menace pour l'avenir du financement de la production documentaire (tendance au désengagement des pouvoirs publics en matière culturelle ; perte de l'essentiel de ses ressources publicitaires par le service public de télévision). En un tel contexte, le mécénat pourrait devenir un formidable nouvel apport de capitaux. Quelques exemples, impressionnants par leur envergure, tels que *Home* ou *Océans*, peuvent le donner à penser. Certes, ces deux films ont d'abord eu pour premiers destinataires les salles de cinéma ou des événements de communication sociale et politique, mais sont-ils néanmoins porteurs d'enseignement pour la production de documentaires de création à la télévision ?

Dans les cas d'*Océans* ou encore du *Peuple Migrant*, le mécénat a permis de rassembler près du tiers de chacun des budgets – 16 millions d'Euros pour nourrir les 49,6 millions d'Euros du premier (32,3 %) ; 8 millions d'Euros pour alimenter les 23 millions d'Euros du second (34,8 %). Hypothèse d'école : le même ratio sur des films au coût horaire moyen de 160 000 Euros environ, supposerait des contributions de mécènes de l'ordre de 50 000 Euros, ce qui serait évidemment fort significatif.

Le cadre légal et fiscal actuel (voir annexe) est tel que trois types d'opérations peuvent avoir cours dans cette famille de financement – e mécénat, les subsides liés à l'objet social de la fondation, le parrainage.

- Les activités de mécénat sont le plus souvent le fait d'entreprises ou organismes qui agissent par l'intermédiaire de fondations. La loi du 23 juillet 1987 précise que le mécénat ne peut s'appliquer qu'à des « dépenses engagées dans l'intérêt général », c'est à dire à des dépenses « au profit d'œuvres³⁹ ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique ou à la diffusion de la culture et de la langue françaises ». Il est donc entendu que des sociétés à but lucratif, ce que sont la plupart les sociétés de production, ne peuvent en principe pas en bénéficier. Pour des fondations telles que celles de Véolia ou d'EDF, qui ont participé de manière importante au financement d'*Océans* et du *Peuple Migrant*, des solutions ont été trouvées mais celles-ci ne peuvent s'appliquer de façon pérenne. Ajoutons à cela qu'on peut observer une vigilance accrue des pouvoirs publics, en quête de ressources fiscales en ces temps de rigueur. Du coup, des entreprises et fondations, inquiètes d'une interprétation rigide des textes, peuvent éprouver une certaine réticence à contribuer à des projets dits « lucratifs » et leur préférer des structures à but indiscutablement non-lucratif.
- Les fondations peuvent aujourd'hui allouer des subsides à des sociétés commerciales si l'intervention financée est strictement conforme à leur objet social. C'est par exemple le cas de quelques fondations spécifiques, telle que

³⁹ Au sens où l'on parle d'« œuvres » caritatives et non pas d'« œuvres » artistiques.

celle assurant la mémoire de la Shoah, qui peut contribuer au financement d'un film dans la mesure où son sujet est en adéquation avec la mission de transmission de la mémoire qui est celle de cette fondation.

- Dans le cas du parrainage, les actions financées peuvent présenter un intérêt commercial direct pour l'exploitation du financeur.

Pour rendre le mécénat pleinement opérant au bénéfice de la création documentaire, la réglementation fiscale devrait être aménagée, reconnaissant que des objets ressortant de la production patrimoniale ont bien un caractère d'intérêt général. Arguer du fait que le documentaire de création répond à une telle mission ne paraît certes pas aberrant – mais pour rendre ce point de vue applicable à une réalité fiscale tout en limitant les abus, il faudra mettre au point des outils de définition et d'évaluation plus précis.

Dès lors, il deviendrait possible que les films eux-mêmes bénéficient à la télévision de cette nouvelle manne au lieu qu'elle soit versée aux régies publicitaires des chaînes.

Pour qu'une telle évolution garde son sens, il conviendrait d'éviter les dérives possibles telles que la transformation d'œuvres documentaires en publi-reportages ou en instruments de promotion clandestine en faveur de tel ou tel financeur. Des dispositions devraient être mises en place à cet effet : création d'une charte éditoriale et déontologique contraignante pour les financeurs comme pour les bénéficiaires, et instruments de régulation veillant au respect de l'application de ladite charte.

Notre proposition

Organiser et faciliter l'apport du mécénat à la création documentaire.

En faisant reconnaître par l'administration fiscale le documentaire de création comme un bien patrimonial ayant un caractère d'intérêt général, la production doit pouvoir avoir accès directement à ce type de financement. Ceci passe par la mise en place d'une charte déontologique qui évite les dérives éditoriales que pourraient occasionner ce type de financement.

Nous proposons qu'un colloque soit organisé à ce sujet sous l'égide conjointe des Ministères de la Culture et des Finances, réunissant mécènes et représentants des producteurs.

4) Un avenir assumé pour la création documentaire :

- **Une case documentaire de création projetée vers le futur de la télévision**

C'est comme dans un sursaut quelque peu désespéré que des auteurs, en accord avec des producteurs, émettent le souhait de voir se mettre en place sur l'une des chaînes de service public une case documentaire « libre » pour le documentaire de création. Comment définir cette case ? A entendre ceux qui la revendiquent, c'est en quelque sorte une « non-case », c'est-à-dire une fenêtre ouverte sur des films dont la principale caractéristique (outre leur dimension de création, de singularité, d'innovation) est qu'ils n'entrent pas dans les cases existantes. Il s'agirait, ainsi que l'exprime par exemple le ROD dans son « Etat du documentaire 2000-2010 », *« un soir par semaine, à la télévision publique, d'un espace de diffusion de documentaires préachetés, non formatés en sujets, en durée, en écriture. Cette case serait alimentée par les films de l'aide au développement renforcé, le diffuseur apportant un préachat significatif pour l'équilibre économique du film. Elle pourrait également être alimentée par des achats de films primés dans les festivals ou aux Etoiles de la SCAM. Cette case ne recouvrirait pas un genre (Société, Histoire, etc.), ni un style, mais serait un label de créativité. »*

La chaîne Arte propose déjà un programme de ce genre, « La Lucarne », dont Arte-France affirme le désir d'accroître la programmation de ce côté du Rhin (quatre cases annuelles seulement actuellement).

La référence obligée est surtout la « 25^{ème} heure », programme de Jacques et Valentine Perrin, diffusé la nuit sur Antenne 2, puis France 2, de 1991 à 2000 (l'émission fut récompensée d'un 7 d'or de la Meilleure émission culturelle en 1997). La proposition de renouer avec l'esprit de la « 25^{ème} heure » est loin de rencontrer l'unanimité chez les auteurs et les producteurs. Certains évoquent le risque que cette « case » serve d'alibi : on y programmerait, comme dans une réserve indienne, les « Derniers des documentaristes de création » et du même coup, les autres cases documentaires se trouveraient en quelque sorte déchargées de l'obligation de programmer des films ambitieux et innovateurs, en particulier sur le plan de l'écriture.

Du côté de responsables de France Télévisions, on fait valoir qu'une telle case viendrait troubler les efforts entrepris pour créer des rendez-vous bien identifiés avec le public. Une nouvelle « 25^{ème} heure » devrait enfin se trouver programmée tard dans la nuit, parce qu'indéfinie dans son format et dans ses contenus. Vient s'ajouter à ces objections la crainte qu'une telle offre ne vienne grever les budgets documentaires en place.

Après avoir entendu les arguments des uns et des autres, qui ont tous une véritable légitimité, il nous est apparu qu'une telle case aurait néanmoins sa raison d'être à quelques conditions :

- Elle devrait être pensée comme un lieu d'essais doté d'un budget propre, en complément des cases documentaires ordinaires.

- L'idée serait de considérer que l'accès de certaines œuvres « difficiles » ou « atypiques » nécessite un temps qui déborde de loin une diffusion unique. Il s'agirait donc de faire de ce passage à la télévision une manière d'afficher le programme, tout en le mettant à disposition du public pendant une période relativement longue sur la Toile (plusieurs mois). La mise en ligne serait opérée en aval, voire quelque temps en amont de la diffusion télévisée. Il appartiendrait aux responsables d'une telle case, aux producteurs et auteurs des films programmés de mener une véritable campagne, un travail d'éditorialisation, de construction d'événements. Pour ce faire, l'idée serait de s'appuyer sur le noyau potentiel de spectateurs, le public certes minoritaire, mais fortement motivé, de passionnés dont nous décrivons ci-dessous la vitalité (cf chapitre sur la diffusion non-commerciale).
- Cela supposerait que cette case soit un lieu de préachats à des tarifs conséquents (nos interlocuteurs ont souvent cité des chiffres avoisinant les 40 000 Euros) comprenant une cession de droits bien plus longue sur l'Internet (quelques mois) que les 7 jours habituels de « catch up ». Cette exposition sur Internet pourrait elle-même, en un processus de dissémination qui est le propre de ce medium, se trouver relayée et démultipliée, en streaming, sur d'autres sites spécialisés ou blogs.
- Il ne s'agirait donc en aucun cas d'un retour nostalgique au temps d'avant, mais au contraire de se projeter dans l'avenir de la télévision. Plutôt que se résoudre de manière défaitiste à contenter un public ultra-minoritaire dans des horaires de faible exposition, il s'agirait de faire en sorte que cette case devienne un lieu d'expérimentation en termes de rapports entre différents supports : du passage de la transmission télévisée à la mise en ligne, de la façon dont les spectateurs opèrent leur propre programmation, en fonction de leurs horaires propres, de la façon dont leurs recommandations auprès de leurs amis, pourrait en élargir le public, etc. Ce serait, par certains côtés, un laboratoire de la télévision connectée. On pourrait même imaginer assortir ce travail de mobilisation à l'organisation de projections exceptionnelles en salle, donnant la possibilité d'interactions entre diffuseur, réalisateurs et un public friand de rencontres.

Notre proposition

Créer des espaces de diffusion spécifiques pour des œuvres de création au sein du service public.

Revendiquée par une partie de la profession, la mise en place d'une case réservée à des documentaires singuliers (films primés dans des festivals, films de durées et formes atypiques) est souhaitable. Elle perdrait cependant son sens si elle faisait office d'alibi, se cantonnant à la célébration nostalgique de ce que fut la « 25^{ème} heure ». Au-delà de la création nécessaire d'une telle nouvelle case sur une chaîne de la télévision publique, il s'agit de donner aux documentaires d'auteur qu'elle programmerait une exposition sur un maximum d'écrans pendant une durée conséquente (plusieurs mois).

La promotion dynamique du documentaire de création (à raison d'un achat de droits d'environ 40 000 Euros/heure) passerait donc par l'antenne et des espaces d'exposition « éditorialisés » sur le web, accessibles en permanence, dotés d'un budget propre et conséquent. On faciliterait ainsi l'accès du public à des œuvres de création qui ne s'inscrivent pas aisément dans les logiques de programmation actuelle. Cette exploitation de films sur Internet pendant une durée relativement longue (plusieurs mois) pourrait se prolonger par des projections publiques spéciales (pas de sortie nationale), faisant appel à toutes les ressources des réseaux sociaux et à la vitalité du « milieu » documentaire.

5) L'Internet, nouvel horizon du documentaire de création

La question de l'« Internet » survient à tout moment lorsque l'on examine la situation du documentaire aujourd'hui : changement de pratiques des spectateurs, usage du web par les passionnés du documentaire à la recherche de vidéos ou d'informations sur les films, espace d'apprentissage et d'expression de jeunes talents, potentialité de l'usage d'Internet pour la diffusion du documentaire, découverte des potentialités du net pour renouveler le genre documentaire lui-même avec le « webdocumentaire », etc. Il en résulte qu'une part du public déserte les écrans de télévision pour « migrer » vers l'Internet. Pourtant, si le web est un élément majeur de la crise d'audience que connaît la télévision, il est sans doute aussi un élément majeur de son renouveau.

« La télé est morte, vive l'Internet ! » On a pu assister à des assemblées d'auteurs qui se demandaient si le web ne représentait pas leur nouvel horizon, voire leur nouveau gagne-pain. Néanmoins le web, contrairement à certains discours prophétiques, ne conduit pas par nature à ce que les documentaires qui y trouvent leurs racines, vivent d'amour et d'eau fraîche. Produire des récits, des images, des sons, les assembler, tout cela coûte, quel que soit le mode de diffusion. On pourrait même dire que le coût des web-documentaires est supérieur aux documentaires traditionnels, dès lors qu'il faut ajouter, tout au moins pendant un temps, les coûts de programmation et de conception graphique d'interfaces qui les rendent accessibles aux internautes. Il a fallu aussi se rendre à l'évidence : mise à part la prolifération de « web-documentaires » produits dans le cadre d'entreprises ou d'associations qui y trouvent un nouveau moyen de communication institutionnelle ou sociale, les œuvres documentaires sur le web à forte exigence de création sont peu nombreuses.

Tout cela est vrai. Il n'empêche que le web constitue pour de nombreux auteurs, parfois jeunes et issus d'autres milieux professionnels (jeu, art vidéo, photo, graphisme, bande dessinée) et pour les producteurs qui les accompagnent, un espace de création et de recherche. Les règles du jeu restant à créer, les enjeux d'audience y étant moins normés, on y trouve une disponibilité à l'expérimentation, parfois plus que dans les territoires balisés où le risque de l'innovation paraît plus grand. Le web autorisant de nouveaux modes de récit délinéarisé et une interaction sociale inédite, c'est une exploration de territoires inconnus qui se produit. Et cela deviendra sans doute de plus en plus le cas avec l'émergence d'une nouvelle génération d'auteurs qui sauront inventer des projets différents.

Des rapports variés se tissent entre la télévision et le web : comme l'exprime clairement l'équipe du Pôle web d'Arte-France, on peut distinguer le « Cross-média » où se joue

une complémentarité entre médias, le « Transmédia » où s'effectue une production hybride entre médias différents, et des programmes « natifs » du web (ceux qui ont pour seul horizon les usages des internautes).

Après une période d'expérimentation euphorique où la France s'est distinguée au niveau international, le fait marquant est que les diffuseurs de télévision qui en sont les principaux financeurs inscrivent désormais la production documentaire sur le web dans une stratégie plus globale. Il s'agit avant tout d'imaginer des plateformes qui soient des carrefours puissants d'audience, de manière à constituer des communautés, à accueillir et à promouvoir des usages des internautes (recommandations de programmes, accès à des programmes, donner corps à la télévision connectée, etc.). Certes, la production de web-documentaires représente encore un volume de production encore limité mais il est néanmoins prometteur : il n'y a qu'à observer comment la production originale sur le web se généralise à l'initiative de l'ensemble des grandes chaînes après que le « CNC nouveaux médias » en ait encouragé le développement ; qu'Arte ait montré la voie ; que cette chaîne ait renforcé son champ d'expériences en concertation avec l'Office national du film du Canada ; et que France Télévisions, et maintenant Radio France, reprennent le flambeau. On peut certes penser qu'au fur et à mesure que les chaînes feront leur transition de la diffusion télévisuelle à la mise en ligne numérique, le volume de production documentaire « native » sur le web, se développera en conséquence, d'autant que les instruments de financement complémentaire mis en place par le CNC (Web-COSIP) sont précieux à cet égard⁴⁰.

Une certaine « banalisation » est ainsi en train de se produire, fort bienvenue en ce qu'elle indique qu'un nouveau champ d'exercice pour le documentaire est possible. Et bien entendu, le web étant en perpétuelle évolution, l'expérimentation continuera⁴¹, explorant de nouveaux usages, de nouvelles manières de s'adresser au public, de lui donner un espace d'intervention, de l'inclure activement dans l'accès aux œuvres, de construire des rapports nouveaux entre différents médias. Autre champ d'exploration : chercher une meilleure connaissance des pratiques des internautes, qui ne se contente pas de comptabiliser le nombre de visiteurs ou de pages consultées, mais la durée et la complexité de leurs usages.

L'enjeu primordial nous semble aujourd'hui de protéger le caractère innovateur des productions documentaires sur le web, sans chercher à les plier aux habitudes et aux conformismes des médias de la génération précédente. Il s'agit ensuite d'encourager l'appropriation de ce nouveau champ de création par les producteurs et les auteurs, anciens et nouveaux.

⁴⁰ Les dispositions du web-COSIP, mises en place en 2011, ont représenté un véritable saut qualitatif. En plus des aides sélectives pour les « nouveaux médias », les productions documentaires sur le web peuvent dorénavant bénéficier des dispositions ressortant généralement de l'audiovisuel (réinvestissement en développement et en production, selon un mécanisme automatique, de sommes générées par des productions précédentes). Reste à faire évoluer ces aides « automatiques » pour tenir compte pleinement des particularités de la production sur le web : certains producteurs reprochent en effet aux règlements actuels de s'en tenir aux critères de l'audiovisuel séquentiel traditionnel, sans prendre en compte les particularités de programmes délinéarisés et multimédias. C'est ainsi que seules la vidéo et les images enchaînées viennent nourrir le compte des producteurs en vue de réinvestissements, alors que les programmes web font recours à d'autres modalités : textes et images fixes auxquels les internautes accèdent de manière non séquentielle.

⁴¹ L'enjeu ne devrait-il pas aujourd'hui être d'inciter à l'innovation en matière de contenus mais aussi de technologie et de modèles économiques ?

Ne faudrait-il pas prévoir plus méthodiquement la mise en place d'un budget complémentaire de fabrication de contenus pour le web dès la mise en production d'un projet documentaire toutes les fois où il semblera que des potentialités créatives se présentent ? Cela permettrait d'enrichir les contenus mis en ligne, les diffuser de plusieurs façons, en de multiples plateformes, sur le web ; cela permettrait aussi de favoriser la formation de la profession, d'encourager la création d'équipes hybrides associant professionnels de générations et d'expériences différentes, de ménager l'entrée dans le métier de jeunes talents qui sauront alors « s'imposer » par leurs savoir faire et leur agilité. De ce point de vue, l'expérience canadienne mériterait d'être examinée, même s'il ne s'agit bien entendu pas de la reprendre telle quelle : les modes de financement du documentaire y ont été réformés radicalement de façon à inciter fortement la profession à penser « Transmedia » d'emblée, de la conception d'un projet jusqu'à sa diffusion. En un mot, après l'ère des pionniers vient le temps où il s'agit d'inciter toute la profession à s'investir dans ce nouveau champ d'expériences.

Notre proposition

Encourager la production de documentaires sur le web.

Protéger le caractère innovateur des web-documentaires et autres tentatives créatives sur le web, en adaptant les dispositifs d'aide à cet effet.

Encourager l'appropriation de ce nouveau champ de création par les producteurs et les auteurs en élargissant les occasions de production sur le web, conjointement à la production documentaire pour la télévision.

B) La rencontre du public

1) Diffusion non commerciale et lieux de rencontre du public et de la création : des espaces à soutenir :

L'aventure qu'est la production d'un film documentaire ne se conclut généralement pas par la seule diffusion à la télévision. Très nombreux sont les amateurs à qui il importe beaucoup de rencontrer les réalisateurs « en chair et en os » lors de projections dans des centres culturels, bibliothèques, salles de classes et associations ou lors de festivals. Ces rencontres avec des spectateurs qui viennent « pour de vrai » voir des films et leurs auteurs, sont souvent chaleureuses, voire exaltantes. Mais elles sont aussi porteuses d'interrogations : tout un monde semble séparer ces spectateurs pleins de talent et le public volatile que s'efforcent méthodiquement et quelquefois désespérément de capter les programmeurs des chaînes de télévision. A vrai dire, de nombreux indicateurs montrent que l'écart entre les aficionados du documentaire et la grande masse des spectateurs, s'accroît cruellement : elle confirme la coupure, déjà décrite dans le présent rapport, entre un certain monde du documentaire de création, centré autour des points de vue et désirs d'auteurs qui cherchent chacun à leur façon à exprimer leur vision du monde, et de l'autre les unités documentaires de la télévision qui s'échinent à attirer et retenir l'attention du chaland par des lignes éditoriales identifiées. L'écart est tel que la convergence des visées des auteurs et des chaînes ne va pas de soi. Le dialogue de sourds entre les uns et les autres est fréquent. Et lorsqu'une vraie rencontre s'effectue, elle semble parfois tenir du concours heureux de circonstances plus que de la solidarité naturelle.

De même que, dans les années soixante, toute une génération a rencontré le cinéma dans les ciné-clubs des lycées, des facultés, des maisons de jeunes, on peut dire aujourd'hui que le documentaire trouve écho au sein d'une communauté vibrante d'amateurs passionnés et souvent éclairés. Ce « terreau » ne résulte pas d'une création spontanée, mais de la mise en place de dispositifs où s'articulent les politiques publiques et les initiatives personnelles et locales.

α) Diffusion non-commerciale :

Pensons par exemple au réseau des bibliothèques publiques. Son origine même est remarquable : au cours des années 80, se développe, chez les professionnels de la diffusion du livre, le désir de casser la séparation entre bibliothèques savantes, universitaires et bibliothèques municipales. Le film, dont les possibilités de diffusion se sont simplifiées avec la vidéo, paraît alors comme un vecteur particulièrement bienvenu : sa consommation est plus universelle et populaire que le livre. Le documentaire, quant à lui, présente plusieurs atouts qui en font un premier choix : il est moins coûteux que la fiction et surtout, de par sa nature même, il est à même de contribuer aux missions d'information et d'éducation propres aux bibliothèques.... Comme les bibliothèques n'ont pas chacune pour soi les moyens de se procurer des droits de diffusion d'une multiplicité conséquente d'œuvres, l'Etat acquiert les droits à un niveau national pour la diffusion en bibliothèques sur 10 ans : en résulte un catalogue qui sera agrémenté d'années en années jusqu'à aujourd'hui – le Catalogue National des films documentaires (CNF). A partir des années 90, l'enjeu s'affine : puisque la

mission des bibliothèques est de préserver une offre culturelle de référence, il est décidé à travers ce catalogue de donner la priorité à une action complémentaire au marché, en soutenant un catalogue spécifique d'œuvres à forte valeur culturelle dont l'édition n'est pas rentable.

Il faut ajouter au CNF, depuis 1985, l'action de l'ADAV (Ateliers de Diffusion Audiovisuelle

– association loi 1901), centrale d'achat de droits audiovisuels exclusivement réservée aux secteurs culturels et éducatifs non-commerciaux. L'ADAV (Ateliers diffusion audiovisuelle) a un catalogue d'acquisition plus large que le CNF : fiction, mais aussi documentaire porté par le marché, art contemporain, etc. La combinaison des deux fonds permet ainsi à toute bibliothèque de se procurer un nombre conséquent d'œuvres de référence.

Le CNF est composé aujourd'hui de 1500 films environ, acquérant chaque année les droits de près de 80 nouveaux films et renouvelant chaque année les droits de près de 20 films (ceux qui auront résisté « à l'épreuve du temps »). L'ADAV propose quant à elle 16 000 références (DVD et Blue Ray) et plus de 3200 films documentaires destinés à des projections non-commerciales.

A partir de 2005, la gestion et la diffusion de ce Catalogue National sont confiées à la Bibliothèque Publique d'Information Centre Pompidou – la BPI. La BPI se trouve ainsi dotée de deux outils pour assurer une mission de diffusion et d'exposition du documentaire à un niveau national : le Catalogue et le Festival *Cinéma du Réel*.

Rendant possibles ces activités d'acquisition, un système d'évaluation, de recommandation et de repérage est mis en œuvre par l'association nationale *Images en Bibliothèque*. Celle-ci procède à la recommandation de la centaine de titres qui feront partie des nouvelles acquisitions et renouvellements du CNF. Elle est en ce sens un relais entre ce catalogue et les médiathécaires répartis sur tout le territoire. Sur les 100 recommandations, près de la moitié sont issues d'un visionnage ayant cours lors du Festival *Cinéma du Réel*. D'ailleurs, dès qu'un film est primé à ce festival, il intègre automatiquement le CNF.

La diffusion s'effectue à travers le réseau des bibliothèques autorisées à commander des DVD dans le fond constitué par le CNF. Composé aujourd'hui de 627 bibliothèques publiques, il s'accroît d'une trentaine de vidéothèques par an. Et puis, il faut compter avec le réseau de l'ensemble des 4700 bibliothèques réparties sur l'ensemble du territoire. Plus de 3000 projections sont ainsi assurées chaque année – ce qui donne en moyenne plus de 8 projections par jour – et toutes sont rétribuées entre 150 et 250 Euros par projection, ce qui suppose un investissement annuel de l'ensemble des bibliothèques entre 450 000 Euros et 750 000 Euros pour accueillir des réalisateurs venant rencontrer le public; sachant que dans bien des villes – 65 % du réseau des bibliothèques publiques concerne des communes de moins de 30 000 habitants – la bibliothèque municipale est un des lieux majeurs de débat public. Aussi, ces opérations de projections très régulièrement opérées en présence du réalisateur rencontrent-elles un vif succès.

Il faut citer aussi une autre initiative des pouvoirs publics dans le domaine de la culture et de la création. Il s'agit du catalogue « Images de la Culture » qui rassemble plus de 2000 œuvres documentaires aidées par les différentes directions du Ministère de la Culture et dans certains cas par le CNC dans le cadre d'aides à la production ou à travers des achats de droits. C'est ainsi une part non négligeable de films patrimoniaux produits depuis près d'une trentaine d'années qui sont accessibles aux spectateurs en des lieux de consultation publique.

Enfin, l'événement *Le Cinéma du Réel*, qui a regroupé en 2011 près de 27 000 visiteurs pendant deux semaines – dont la majorité n'étaient pas des professionnels – a présenté près de 40 films en compétition et plus d'une centaine d'autres à découvrir ou à redécouvrir. Le festival est ainsi un moment de synthèse qui offre une visibilité au documentaire de création – puisque s'y condense en un seul lieu le triptyque acquisition-évaluation-diffusion.

On évalue, à l'examen de cette mécanique sophistiquée, le public très concerné que rassemble ce genre d'initiatives. Pour « événementialiser » plus fortement les œuvres documentaires de création, s'ouvre dans un tel milieu un grand potentiel : un public constitué, des pratiques et des lieux de rassemblement, une évaluation et des recommandations de consommation culturelle. De quoi conforter un dialogue productif entre cet « hors marché » et l'industrie...⁴²

Encore un mot sur l'environnement qui devrait favoriser à long terme la vitalité du public documentaire, comme en un autre temps l'action des ciné-clubs a su féconder d'envie de cinéma toute une génération. Nous pensons ici à l'action éducative qui, axée sur le documentaire, peut trouver une efficacité remarquable dans le cadre scolaire. Il existe en effet un double besoin auquel l'éducation au documentaire peut aujourd'hui apporter des éléments de réponse : un besoin de compréhension du monde et un besoin d'expression.

- C'est un lieu commun, l'information et la connaissance passent essentiellement par l'image. La démocratisation de l'usage de la vidéo ne s'est pas accompagnée d'une diffusion équivalente de la formation. L'éducation à l'image est donc une nécessité, notamment là où les élèves sont les plus démunis.
- Il existe parallèlement un besoin d'expression et d'affirmation, en particulier dans les quartiers populaires, que l'on devine mal satisfait. L'apprentissage du langage de l'image et de la pratique du documentaire peut contribuer à y répondre : en valorisant la diversité culturelle, en aidant à mettre en image des parcours individuels ou familiaux, en révélant un potentiel de créativité peu exploité, en aidant à maîtriser une image dont régulièrement les habitants des zones défavorisées se disent dépossédés.

⁴² Encore faut-il espérer que ce réseau garde son dynamisme. L'activité menant à la constitution d'un catalogue patrimonial de référence qui privilégie les œuvres à forte valeur culturelle est aujourd'hui fragilisée. En effet, faute de subvention, les fonds permettant le renouvellement des droits des films arrivés à expiration, ne seront pas – pour la première fois cette année – reconduits.

b) Référencement des œuvres et accès numérique

Un exemple remarquable atteste de la vitalité de la « communauté » documentaire : la plateforme www.film-documentaire.fr. C'est une base de données de films francophones développée en partenariat avec plusieurs institutions dont la BNF, la BPI, le CNC, l'INA, la Maison du documentaire de Lussas, la PROCIREP, le RED, la SACEM, la SCAM, Vidéadoc. Au premier trimestre 2011, elle référence 26 000 fiches films et 16 700 fiches auteurs liés. A cette base de données s'articulent plusieurs fonctions complémentaires (outil de recherche thématique, annuaire de festivals, de producteurs, d'articles, actualité documentaire, renvoi à d'autres sites...).

Créée il y a un peu plus de quatre ans, elle est passée d'une fréquentation de 23 000 visites mensuelles en février 2008 à 100 000 visites mensuelles en février 2011. En outre, le nombre de pages consultées par visite est en moyenne de 16 : tous les indicateurs d'un public croissant, engagé, en quête d'informations pertinentes. Ce public est constitué de professionnels, de chercheurs, d'étudiants : nombreux sont les courriers envoyés par ces deux dernières catégories à la FAQ (rubrique des « questions fréquemment posées ») du site... Dans tous les cas, il s'agit d'individus à la recherche de documentaires, dont les démarches individuelles ou professionnelles se tournent vers le visionnage et l'acquisition. Il s'agit donc d'un outil de référencement dont la base pourrait servir à la canalisation d'une consommation VOD active et désirée.

Ce travail est accompli avec des moyens limités, empêchant toute expansion ou connexion effective à une activité marchande, d'hébergement ou de mise à disposition de VOD.

Une telle plateforme confirme à nouveau l'existence d'une communauté active et demandeuse d'une exposition du documentaire sur la toile. On peut y repérer les potentialités d'une collaboration plus poussée, plus vertueuse entre l'univers audiovisuel et le media web. On y pressent comment le service public pourrait gagner à établir des « ponts » avec le « hors-marché » du documentaire de création. Et inversement, ce dernier, qui sait trouver un lien avec des publics, perd à se trouver déconnecté de la télévision publique.

3) Festivals, télévision et documentaires de création

En lien avec cette communauté documentaire organisée, les festivals jouent un rôle moteur : ils rendent visible le travail des documentaristes auprès d'un public demandeur, organisent la circulation et la promotion de leurs œuvres et suscitent la discussion sur leurs raisons et leurs manières de raconter notre monde.

Ils donnent lieu à une programmation qui indique au grand jour les tensions qui divisent le monde du documentaire.

Examinons ce qu'il en est de la production des films français sélectionnés dans trois festivals majeurs : le FIPA en janvier, le Cinéma du Réel en mars-avril, le FID en juin. Ces trois festivals ont l'intérêt de représenter différentes facettes de la production documentaire : d'un côté représenté par le FIPA, les films liés au

monde de la télévision de service public ; de l'autre représenté par le FID de Marseille, un cinéma documentaire procédant avant tout d'un désir d'auteurs, souvent lié au monde de l'art et enfin le Cinéma du Réel qui procède de la tradition d'un cinéma entendant se distinguer du reportage journalistique.

	2002	2011
FIPA films cofinancés par diffuseurs (%)	87,5 %	100 %
Réel films cofinancés par diffuseurs (%)	70 %	33,3 %
FID films cofinancés par diffuseurs (%)	60 %	11,1 %

Cette description quantitative a un double intérêt : elle montre comment la programmation des festivals reflète des préférences éditoriales et artistiques qui se distinguent toujours plus ; elle montre aussi qu'à l'évidence, l'écart s'est creusé entre les choix de programmation de la télévision d'une part et des festivals d'autre part, qui se veulent les défenseurs d'un cinéma documentaire exigeant dans ses choix artistiques.

Une analyse plus détaillée dans le temps et par chaîne permet de préciser ce que ces grands mouvements indiquent :

Participation moyenne de films soutenus par des diffuseurs au cours des deux périodes 2002-2005 et 2006-2011 aux festivals du FIPA, Cinéma du Réel et FID			
	2002-2005	2006 -2011	Variation entre les deux périodes
Arte	7,25 Films / An	3 Films / An	-58,6 %
France 3 Régions	3,5 Films / An	0,8 Film / An	-77,1 %
France 3 National	1,5 Films / An	0,7 Film / An	-53,3 %
France 5	2,25 Films / An	0,5 Film / An	-77,8 %
France 2	1,5 Films / An	1 Film / An	-33,3 %
Canal Plus	0,5 Films / An	0 Film / An	-100 %
Câble exclusivement	1,25 Films / An	0,8 Film / An	-36 %
Locales exclusivement	5,5 Films / An	2,7 Films / An	-50,9 %
Films sans diffuseur	13 Films / An	20 Films / An	+ 53,8 %

TOTAL	34,75 Films / An	29,5 Films / An	-15,1 %
--------------	------------------	-----------------	---------

On voit clairement la présence des chaînes dans les sélections festivières diminuer : là où près de 2/3 des films présentés entre 2002 et 2005 étaient financés par un diffuseur, plus de 2/3 ne le sont pas entre 2006 et 2011. La tendance générale s'est littéralement inversée d'une période à l'autre⁴³.

Il faut ajouter que cette mutation a des conséquences cruciales pour le devenir social et professionnel des réalisateurs : certes, nombre d'entre eux entrent dans la carrière ou continuent leur œuvre en dépit de la désaffection des chaînes vis-à-vis de projets qui n'entrent pas dans leur logique de programmation. Néanmoins, le fait est que parmi ces auteurs, un nombre non négligeable se trouve conduit à une situation de marginalisation sociale redoutable. Ayant le sentiment qu'ils ne peuvent guère attendre une écoute bienveillante des diffuseurs et s'y résignant parfois, ils persistent et signent des films qui leur tiennent à cœur, mais ils le font dans des conditions souvent extraordinairement difficiles. Une telle situation concourt probablement à l'accentuation de l'écart que nous avons relevé : quitte à ne pas trouver preneurs dans les chaînes, autant s'en tenir radicalement à leurs choix esthétiques, éditoriaux et artistiques ; et autant chercher d'autres voies d'exposition de leurs œuvres que la télévision.

Nos propositions

Renforcer la vitalité sur Internet de la diffusion non commerciale des documentaires de création.

Explorer, en concertation avec les festivals et les organisateurs de la diffusion non commerciale des films, les moyens de renforcer la visibilité des documentaires de création auprès du public, souvent jeunes, sur Internet.

Renforcer la place du documentaire dans l'action éducative.

Il est proposé non pas un nouveau dispositif, mais la généralisation et le renforcement de dispositifs déjà existants. Ils permettraient :

- d'apprendre à décrypter les images et à développer un véritable sens critique vis-à-vis des programmes audiovisuels ;
- de s'approprier le langage de l'image ; d'éveiller leur goût pour ces programmes et de contribuer à les ouvrir davantage sur le monde, à la manière des ciné-clubs à partir de années 60 auxquels la curiosité du public actuel est certainement en partie redevable ;
- de remotiver les élèves les plus en difficulté, avec un effet de contagion aux autres disciplines enseignées ;

⁴³ On retrouve ici le phénomène déjà observé des films soutenus par divers dispositifs (Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, Fonds régionaux, Etoiles de la SCAM) dont la destinée s'écarte de la diffusion télévisée.

- de valoriser l'ensemble des autres matières, le documentaire étant aussi un formidable outil d'exploration de la connaissance qui peut s'appliquer aux sciences comme aux langues ou à l'Histoire.

Il pourrait convenir pour cela :

- de généraliser les Ateliers Artistiques, qui dépendent des Directions régionales de l'action culturelle et des rectorats, qui ont quasiment disparu ; inscrire dans ce cadre des ateliers d'initiation à la pratique du documentaire équipés et co-animés par des professionnels, où seraient enseignées les techniques de l'image ;

- de généraliser la formation à la vidéo documentaire d'au moins un enseignant-référent par établissement ;

- de diffuser sur internet – établissement ou rectorat – les meilleurs documentaires réalisés ;

- en corollaire, et compte-tenu de la modicité des coûts de diffusion numérique, pourquoi ne pas lancer une opération « un quartier, un ciné-club » en partenariat Ateliers artistiques, pour y diffuser documentaires, débats, etc..

2) Le cinéma : une option de visibilité ?

Qu'en est-il de l'exposition du documentaire en salle ?

Tout d'abord, une augmentation du nombre de films documentaires à l'affiche : celui-ci passe en effet, toutes nationalités confondues, de 35 films documentaires sortis en salle en 2001 à 76 en 2010⁴⁴. Par ailleurs, si l'on se réfère au nombre de copies, il semble bien y avoir une meilleure visibilité des films : en 2001, 80 % des œuvres se trouvent distribuées sur moins de 10 copies. En 2010, cette proportion tombe à 51,3 % (39 films sur 76⁴⁵). En 2010, encore, le nombre moyen de copies par films est de 25 environ (37 films sur 76, soit 48,7 % des œuvres).

Toutes proportions gardées, ces chiffres traduisent une exposition des films en salle tout à fait décente même si elle n'est pas comparable à la « stratosphère » qu'atteignent un à deux films par an distribués sur 300 copies.

Un espace de visibilité s'est donc créé au cinéma pour des films documentaires. C'est évidemment cet espace qu'ont de plus en plus en tête les auteurs, frappés par la désaffection de la télévision à l'égard de certains films. Cependant, l'Eldorado du cinéma est en proie à des difficultés réelles qu'il ne faut pas manquer de souligner, et qui viennent nuancer ce constat positif.

L'augmentation du nombre des documentaires au cours de ces dernières années a été favorisée grâce au soutien du CNC et à l'avance sur recettes avant et après réalisation. Mais aujourd'hui, le documentaire de long métrage est fragilisé par une désaffection de la part des chaînes de télévision. Arte limite son engagement à quelques films par an. CANAL+ le réduit. France télévisions est quasiment absent du secteur, comme les autres chaînes hertziennes. Pour certaines chaînes, la raison de ce désintérêt peut s'expliquer par l'absence de case dédiée au documentaire de long métrage, considéré comme n'ayant pas sa place dans une case de fiction. Un autre frein à l'investissement des chaînes peut s'expliquer par la rigidité des règles liées à la chronologie des médias : la possibilité de diffusion peut sembler trop éloignée de la sortie salle. Certains documentaires demandent à être vus, de par le sujet qu'ils abordent, dans un délai plus rapproché de leur réalisation même s'ils ont un caractère pérenne.

Aujourd'hui, alors qu'ils sont soutenus par l'avance avant réalisation, les producteurs ne trouvent principalement de financement qu'auprès de fonds régionaux. Contraints par le seuil de financement de l'argent public (50 % du budget), sans apport de diffuseur majeur, dans une économie précaire, ils rencontrent des difficultés pour obtenir l'agrément.

Pour solliciter l'avance après réalisation, ce qui est souvent le cas pour le long métrage documentaire, les producteurs se voient également refuser l'agrément. Le contrôle de la part du CNC est tout à fait justifié et vertueux, mais les producteurs se trouvent pris dans

⁴⁴ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 43

⁴⁵ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 45

une réelle contradiction due à la précarité de l'économie de certains films : alors qu'on leur alloue l'avance, ils ne peuvent l'utiliser.

Producteurs et auteurs souhaitent une perméabilité entre les différentes aides du CNC pouvant faciliter des passerelles entre l'audiovisuel et le cinéma concernant le documentaire. Un producteur peut difficilement envisager de développer un projet documentaire sans en choisir dès le départ la destination, audiovisuelle ou cinéma.

En tout état de cause, le cinéma ne peut pas être considéré comme une alternative : nombreux sont les appelés, rares sont les élus. La pratique documentaire du cinéma, des processus d'exploitation et de distribution spécifiques qui y sont liés – pratiques garantes d'une visibilité effective offerte aux œuvres – a moins été le fait d'un apprentissage méthodique de producteurs développant un savoir-faire que celui d'un nombre croissant de professionnels saisissant ponctuellement au sein de leur parcours l'opportunité de se tourner vers une visibilité cinématographique.

En effet, la sortie d'un nombre important des films documentaires au cinéma se fait dans une économie dite « sauvage », où les moyens financiers disponibles ne peuvent se trouver que limités – au détriment de leur visibilité.

Si 52 des 76 films documentaires qui sortent au cinéma en 2010 sont français, seuls 27 sont agréés cette même année, ce qui signifie qu'environ la moitié (25 films) ne font ni appel à un financement encadré ni à un soutien financier de l'Etat. Toujours en 2010, le nombre de films documentaires agréés passe de 18 à 27, connaissant une augmentation de +50 %, tandis que le nombre de films « sauvages » passe de 10 à 25, connaissant une augmentation de + 150 %. La proportion de films documentaires sortant au cinéma en dehors d'une véritable stratégie de production préétablie en direction de ce media est donc significative.

Ces 25 films fabriqués « hors-circuit » souffrent certainement d'un nombre de copies restreint (moins de 3 copies par film). Le nombre limité de copies limite l'exposition de ces films, alors même qu'ils auraient plus que d'autres besoin de promotion. Or celle-ci nécessite à son tour des moyens dont leur petit budget ne leur permet pas de disposer.

Le travail à effectuer pour atteindre le public est considérable, tant l'univers du cinéma est saturé, autrement mais tout autant que la télévision. Vu la faiblesse de la « force de frappe » disponible pour ces films sur ce marché bien spécifique, les chances de succès se trouvent donc limitées.

C'est ainsi qu'en 2010, 31 films documentaires sur 76 (40,8%) n'ont fait l'objet d'aucune publicité à l'occasion de leur sortie en salle.⁴⁶ La visibilité de ces derniers s'en est donc trouvée fortement amoindrie. Quand on sait qu'entre 2001 à 2010, 92,1% des documentaires sortis en salle ont fait moins de 100 000 entrées⁴⁷ (sachant que sur cette même période les films tombant dans cette catégorie enregistrent en réalité un nombre moyen d'entrées de 11 300 entrées)⁴⁸ on se rend compte que le grand écart économique entre ce marché saturé qu'est le cinéma et cet art de niche qu'est le documentaire, reste un exercice complexe et périlleux.

⁴⁶ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 63

⁴⁷ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 47

⁴⁸ Source : Rapport CNC – *Le marché documentaire 2011*, p. 50

Notre proposition

Faciliter les « passerelles » permettant la diffusion en salle des documentaires de création issus de la télévision.

Concernant le financement du documentaire, les organisations professionnelles et le CNC devraient trouver ensemble des assouplissements spécifiques adaptés au genre. Pour éviter que le destin d'un film ne soit scellé à jamais lors de sa mise en production, il convient d'encourager une souplesse plus grande de la réglementation. Des œuvres conçues au départ pour une diffusion télévisée devraient pouvoir changer d'écrans en cours de production si des opportunités se présentaient. Concernant les règles qui organisent la chronologie des médias, elles pourraient être aménagées pour repenser le délai entre sortie salle et diffusion afin de donner au film la meilleure publication possible, dans l'intérêt de tous ses partenaires. Il convient en outre de tirer avantage de l'allègement des contraintes techniques d'exploitation ouvertes par la diffusion numérique en salles : c'est une chance à encourager pour des projets créatifs atypiques qui ont besoin d'être « exposés » sur des plateformes variées.

Alors que le cinéma documentaire est un espace de création dynamique qui devrait rencontrer son public, les chaînes, en particulier celles du service public, devraient se remobiliser pour soutenir ce secteur.

PISTES POUR AGIR EN FAVEUR DU DOCUMENTAIRE DE CRÉATION

On aura compris à la lecture du présent rapport que les mutations du paysage audiovisuel conduisent à de nouveaux dangers, mais aussi à de nouvelles chances de développement pour le documentaire de création. A la fois en termes d'exposition au public et en termes de financement.

On ne peut pas considérer l'avenir du documentaire sans prendre en compte le fait qu'aujourd'hui toutes les formes d'images et de programmes audiovisuels sont amenées à être potentiellement diffusées sur au moins cinq écrans : les salles de cinéma, la télévision, l'ordinateur, le Smartphone et la tablette. Chacun offrant de nouvelles possibilités, connues ou inconnues à ce jour, de prolonger le temps pendant lequel le public peut accéder à ces images. A commencer par le « replay », la vidéo à la demande, et la télévision connectée à l'ordinateur. Dans ce contexte, les opérateurs, anciens et nouveaux, sont conduits à constituer des catalogues, ce qui devra générer de nouvelles sources de financement.

Ce nouveau paysage est aujourd'hui en butte à des distorsions très fortes, comme si une rupture dans la tectonique des plaques conduisait à détruire bien des continuités et repères connus.

A l'écoute de tous nos interlocuteurs, nous avons pris acte que les différents acteurs du paysage audiovisuel peuvent s'accorder sur une description de l'état des choses et même des tensions actuelles. Peut-on alors espérer que, tenant compte du savoir et de l'expérience de la « communauté » du documentaire et par delà les intérêts de courte vue des uns et des autres, puissent émerger des solutions d'intérêt général ? Vu la complexité juridique et administrative, économique et politique, culturelle et sociale des questions posées, il nous est apparu nécessaire de cerner quelques enjeux décisifs.

Nous suggérons une disposition d'esprit pour y faire face, des pistes pour agir.

Aux auteurs, producteurs, diffuseurs, instances de régulation et aux pouvoirs publics de s'en saisir et de trouver ensemble les solutions les meilleures.

Revoir les obligations de programmes dans le sens de la diversité.

La mise en place de nouvelles chaînes de télévision de transmission numérique terrestre a ouvert de nouvelles opportunités de mobilisation d'audiences ainsi que de vente d'espaces publicitaires, générant des revenus commerciaux. La concentration en cours autour de groupes opérateurs des chaînes hertziennes historiques devrait conduire à revoir et renforcer les obligations de diversité et de création d'inédits pour toutes les chaînes, explicitant les genres de programmes qui doivent être produits (fiction, documentaires, animation, spectacles, magazines culturels). Concernant le documentaire, la qualification en tant qu'œuvre patrimoniale devrait s'appuyer sur des critères de définition précisés.

Il serait enfin souhaitable de réexaminer les dispositifs réglementaires régissant les cessions de programmes entre chaînes/mères et chaînes/filiales.

Améliorer la circulation des œuvres : raccourcir le délai de détention des droits acquis par les chaînes auprès de producteurs.

Les durées et parfois l'extension de droits exclusifs acquis par les chaînes historiques tendent à rendre une seconde exploitation des programmes problématique. Tenant compte du changement du paysage audiovisuel, il convient de réexaminer les conditions d'exploitation des œuvres.

A l'époque d'internet et de la rapidité immédiate de circulation et de renouvellement de toutes les formes de la connaissance, la détention exclusive des droits d'exploitation d'un programme acquis auprès d'un producteur indépendant par son premier diffuseur pendant une période qui peut aller jusqu'à 4 ans revêt un caractère obsolète. La plupart des programmes ont en effet épuisé leurs potentialités en termes d'exploitation passé un tel délai. Il y a dans ces conditions une véritable pénalisation des fournisseurs de programmes. Il importe donc que s'opère une réduction de la durée de cession des droits d'exclusivité des programmes.

Organiser et faciliter l'apport du mécénat à la création documentaire.

Compte-tenu de la dimension d'intérêt général du film documentaire – éveil au monde, diffusion de la connaissance, etc. – permettre au documentaire de création de bénéficier des ressources du mécénat semble pleinement légitime.

Plusieurs conditions à l'intervention du mécène devraient être envisagées :

- l'absence de contrepartie commerciale ;
- la neutralité du mécène, qui ne devra en aucune façon influencer sur le propos de l'œuvre – une charte éthique pourrait être élaborée à cet égard ;
- une mention du mécène au générique de début et/ou de fin ; il s'agit d'un point essentiel que les diffuseurs notamment devront accepter ;
- un montant plancher, afin d'éviter la multiplication d'apports modestes.

Le mécénat trouverait à s'appliquer en production et/ou en distribution internationale :

- en production, il s'agirait de participer au financement des dépenses de développement et/ou de production de l'œuvre ;
- en distribution internationale, il s'agirait d'organiser la promotion de l'œuvre en partenariat avec un ou plusieurs mécènes bien implantés ou souhaitant s'implanter à l'étranger, dans des conditions de publicité à déterminer.

Ce dernier point nous semble essentiel notamment pour les mécènes industriels.

Si le soutien à des activités culturelles permet d'améliorer l'image des entreprises, cela est d'autant plus vrai à l'étranger, où le rayonnement de la France est avant tout d'ordre culturel.

Nous proposons qu'un colloque soit organisé sous l'égide conjointe du Ministère de la Culture et de la Communication et du Ministère des Finances à ce sujet, réunissant mécènes et représentants de producteurs.

Mettre en place des outils d'appréciation qualitative des programmes des chaînes de service public.

Si l'on convient que les chaînes du service public n'ont pas vocation à servir une audience de masse indifférenciée mais à s'adresser à « tous les publics » (et pas forcément à tous au même moment), les mesures d'audience quantitatives sont insuffisantes. Pour assurer une diversité d'offres, des mesures qualitatives d'appréciation des programmes et de satisfaction des téléspectateurs doivent être prises en compte. Ceci implique que ces outils et leurs résultats soient mis à la disposition de tous les métiers de la profession et de la presse, de manière transparente.

Etablir un code de bonnes pratiques entre auteurs, producteurs et diffuseurs.

Un tel code, élaboré par toutes les composantes de la profession, devrait aider à ce que les tensions actuelles, de la période du développement jusqu'à la diffusion, soient maîtrisées de manière équitable et efficace, dans le meilleur intérêt des projets et des films. Un tel code permettrait aux organismes publics attribuant aides et subventions de veiller plus facilement à ce que leurs bénéficiaires respectent les conditions contractuelles auxquelles ils sont tenus.

Préciser les critères de définition du documentaire de création de la part des organismes de tutelle et de soutien.

Ce chantier doit impliquer tous les professionnels et impliquer tant le CNC que le CSA. En précisant les éléments concourant à la définition du documentaire de création, on pourra viser à une plus grande diversité de l'ensemble des chaînes et de leurs programmes, encourager et protéger l'existence de projets ambitieux, tant sur le plan de leur dimension patrimoniale et pérenne que de leur qualité de création et de recherche.

Pour permettre au Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels (COSIP) de gratifier d'une prime à la création les projets se distinguant par leur ambition.

Création d'une commission d'aide sélective aux documentaires et magazines culturels.

Nous suggérons que le documentaire et le magazine culturel bénéficient, comme c'est le cas du spectacle vivant, d'une commission sélective spécialisée, composée de professionnels. Outre les fonctions déjà en place (aide aux projets portés par des entreprises ne disposant pas de compte automatique, aide aux œuvres courtes, aide aux projets bénéficiant d'un apport faible en numéraire de diffuseurs), cette commission aurait pour vocation de se prononcer de manière légitime sur l'aide apportée aux projets dont il s'avèrerait nécessaire de vérifier l'appartenance au genre documentaire. La commission devrait entre autres examiner les séries et formats pour en apprécier

l'apport créatif et novateur lorsqu'un traitement à l'« automatique » ne suffit pas. Particulièrement attentive à ce type de programme, elle devrait parfois préconiser des décisions de financement selon un coefficient augmenté pour les avancées de créativité, et diminué pour des productions caractérisées par la répétition de formules déjà pratiquées. Cette commission aurait en outre la mission de distinguer des projets documentaires unitaires particulièrement ambitieux et originaux, qui se verraient ainsi gratifiés de coefficients bonifiés en vue de réinvestissements. Parmi les critères retenus pour être qualifiés : distinguer ce qui est « unique » et relève de la création « originale », projets longs à monter avec recherche de partenaires étrangers, projets impliquant une part de risque liée à l'appel à de jeunes talents.

Créer une commission d'aide sur films terminés pour le documentaire de création, analogue à celle qui existe pour le cinéma.

Des films distingués par les Festivals et les manifestations de professionnels devraient pouvoir bénéficier d'une prime à la création. En particulier lorsque les financements limités de départ ont demandé une forte prise de risque aux producteurs. L'attribution de cette prime devrait se trouver assortie de la garantie de rémunération effective des auteurs et collaborateurs contribuant à la création de l'œuvre primée.

Repenser le développement, à la fois comme une prise de risque et comme une étape incontournable.

Repenser et renforcer la phase de développement des projets est une nécessité incontournable. C'est une façon de faire émerger de nouvelles écritures et de nouveaux auteurs. C'est un élément favorable à un dialogue plus constructif entre auteurs, producteurs et diffuseurs. C'est aussi une manière de remédier à la faiblesse de nombreuses productions françaises pour la mise en place de partenariats internationaux.

Côté diffuseurs, le développement doit devenir une pratique naturelle, une étape qui n'est pas obligatoirement suivie par la mise en production.

Côté producteurs, indépendamment d'un diffuseur, le risque du développement est un moyen indispensable pour élaborer des projets ambitieux et convaincants.

Côté CNC, il convient de renforcer le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle. Il importe ensuite de repenser le cadre du développement pour aider des projets, en fonction de leur réalité spécifique, et non de critères administratifs portant sur la seule durée des œuvres. Il faudrait envisager l'élargissement du mécanisme des avances à la production, à la phase de préparation. Par ailleurs, il conviendrait de renforcer les capacités de développement de sociétés de production en encourageant leur constitution de catalogue de projets. Pour ce faire, il faudrait mettre en place un mécanisme annuel de financement de tels catalogues, au delà la préparation de projets individuels, similaire au « slate funding » promu par le programme MEDIA et la Procirep.

L'étape préalable et indispensable à de tels remaniements est que tous les partenaires concernés se mettent d'accord sur ce qu'est un développement.

Une meilleure information doit être apportée par le CNC en vue d'une utilisation plus efficace et plus souple des mécanismes d'aide existants.

Il importe de promouvoir une « développement visible », ce qui implique :

- une rémunération des auteurs mais aussi des producteurs pendant cette phase préparatoire ;
- une transparence des budgets, de manière que l'aide au développement ne se transforme pas en une simple avance de trésorerie qui serait soustraite par la suite du budget de production.

Aider la coproduction internationale

La vitalité créative aussi bien qu'économique dépend en partie de son exposition internationale. Il importe donc de créer un mécanisme de bonification des aides à la production de manière à soutenir le rôle actif des producteurs français qui parviennent à augmenter les apports à la production grâce à des partenariats internationaux.

Le soutien au développement et l'aide à l'exportation devraient être mieux ciblés de façon à encourager les producteurs qui cherchent à donner une dimension internationale à leurs projets.

Créer des espaces de diffusion spécifiques pour des œuvres de création au sein du service public.

Revendiquée par une partie de la profession, la mise en place d'une case réservée à des documentaires singuliers (films primés dans des festivals, films de durées et formes atypiques) est souhaitable. Elle perdrait cependant son sens si elle faisait office d'alibi, se cantonnant à la célébration nostalgique de ce que fut la « 25^{ème} heure ». Au delà de la création nécessaire d'une telle nouvelle case sur une chaîne de la télévision publique, il s'agit de donner aux documentaires d'auteur qu'elle programmerait une exposition sur un maximum d'écrans pendant une durée conséquente (plusieurs mois).

La promotion dynamique du documentaire de création (à raison d'un achat de droits d'environ 40 000 Euros/heure) passerait donc par l'antenne et des espaces d'exposition « éditorialisés » sur le web, accessibles en permanence, dotés d'un budget propre et conséquent. On faciliterait ainsi l'accès du public à des œuvres de création qui ne s'inscrivent pas aisément dans les logiques de programmation actuelle. Cette exploitation de films sur une durée relativement longue (plusieurs mois) sur Internet, pourrait se prolonger par des projections publiques spéciales (pas de sortie nationale), faisant appel à toutes les ressources des réseaux sociaux et à la vitalité du « milieu » documentaire.

Encourager la production de documentaires sur le web

Protéger le caractère innovateur des web-documentaires et autres tentatives créatives sur le web, en adaptant les dispositifs d'aide à cet effet.

Encourager l'appropriation de ce nouveau champ de création par les producteurs et les auteurs en élargissant les occasions de production sur le web, conjointement à la production documentaire pour la télévision.

Faciliter les « passerelles » permettant la diffusion en salle des documentaires de création issus de la télévision.

Concernant le financement du documentaire, les organisations professionnelles et le CNC devraient trouver ensemble des assouplissements spécifiques adaptés au genre. Pour éviter que le destin d'un film ne soit scellé à jamais lors de sa mise en production, il convient d'encourager une souplesse plus grande de la réglementation. Des œuvres conçues au départ pour une diffusion télévisée devraient pouvoir changer d'écrans en cours de production si des opportunités se présentaient. Concernant les règles qui organisent la chronologie des médias, elles pourraient être aménagées pour repenser le délai entre sortie salle et diffusion afin de donner au film la meilleure publication possible, dans l'intérêt de tous ses partenaires. Il convient en outre de tirer avantage de l'allègement des contraintes techniques d'exploitation ouvertes par la diffusion numérique en salles : c'est une chance à encourager pour des projets créatifs atypiques qui ont besoin d'être « exposés » sur des plateformes variées

Alors que le cinéma documentaire est un espace de création dynamique qui devrait rencontrer son public, les chaînes, en particulier celles du service public, devraient se remobiliser pour soutenir ce secteur.

Renforcer la vitalité sur Internet de la diffusion non commerciale des documentaires de création.

Explorer, en concertation avec les festivals et les organisateurs de la diffusion non commerciale des films, les moyens de renforcer la visibilité des documentaires de création auprès du public, souvent jeunes, sur Internet.

Renforcer la place du documentaire dans l'action éducative.

Il est proposé non pas un nouveau dispositif, mais la généralisation et le renforcement de dispositifs déjà existants. Ils permettraient :

- d'apprendre à décrypter les images et à développer un véritable sens critique vis-à-vis des programmes audiovisuels ;
- de s'approprier le langage de l'image ; d'éveiller leur goût pour ces programmes et de contribuer à les ouvrir davantage sur le monde, à la manière des ciné-clubs à partir des années 60 auxquels la curiosité du public actuel est certainement en partie redevable ;
- de remotiver les élèves les plus en difficulté, avec un effet de contagion aux autres disciplines enseignées ;

- de valoriser l'ensemble des autres matières, le documentaire étant aussi un formidable outil d'exploration de la connaissance qui peut s'appliquer aux sciences comme aux langues ou à l'Histoire.

Il pourrait convenir pour cela :

- de généraliser les Ateliers Artistiques, qui dépendent des Directions régionales de l'action culturelle et des rectorats, qui ont quasiment disparu ; inscrire dans ce cadre des ateliers d'initiation à la pratique du documentaire équipés et co-animés par des professionnels, où seraient enseignées les techniques de l'image ;
- de généraliser la formation à la vidéo documentaire d'au moins un enseignant-référent par établissement ;
- de diffuser sur internet – établissement ou rectorat – les meilleurs documentaires réalisés ;
- en corollaire, et compte-tenu de la modicité des coûts de diffusion numérique, pourquoi ne pas lancer une opération « un quartier, un ciné-club » en partenariat avec ces Ateliers artistiques, pour y diffuser documentaires, débats, etc.

LISTE DES ORGANISMES ET SOCIÉTÉS AUDITIONNÉS

- ADDOC
- Arte -France
- BPI
- C 7
- Canal Plus
- CBA CINEMA DU REEL
- CNC
- CSA
- Direct 8
- Etats généraux du film documentaire de Lussas
- Film-documentaire.fr
- France 2
- France 3
- France 5
- France Télévisions
- Galactica
- Images en bibliothèque
- M6
- NRJ12
- Planète
- PROCIREP
- SATEV
- SCAM
- SPECT
- SPI
- SRF
- Sunny Side of the Docs
- UNIVERSCIENCE
- USPA

REMERCIEMENTS

Morad Aït-Habbouche
Arlette Alliguié
Pauline Augrain
Emmanuel Aziza
Jean-Marie Barbe
Dominique Barneaud
Patrick Bazin
Guillaume Blanchot
Caroline Behar
Ludovic Berthelot
Kathleen de Béthune
Karine Blouët
Pierre Block de Friberg
Philippe Bony
Loïc Bouchet
Patricia Boutinard-Rouelle
Alexandre Brachet
Florence Braka
Maryse Brugière
Gérald Brice-Viret
Christine Camdessus
Christine Cauquelin
Jérôme Caza
Anne Cochard
Hélène Coldefy
Clémence Coppey
Michel David
Emelie De Jong
Francine Dupraz
Nicolas Elghozy
Jérôme Duc-Maugé
Laetitia Facon
Laurent Fonnet
Perrine Fontaine
Emmanuel Gabla
Anne Georget
Pascaline Gineste
Vincent Gisbert
Sophie Goupil
Marie Grau-Chevallereau
Denis Gheerbrant
Serge Guez
Fabienne Napias-Alves
Bastien Gaucière

Emmanuelle Guilbart
Arnaud Hamelin
Mireille Hannon
Dana Hastier
Yves Jeanneau
Patrick Jeudy
Serge Lalou
Thierry Langlois
Martin Laurent
Stéphane Le Bars
Peggy Le Gouvello
Jean-Xavier de Lestrade
Jean-Yves de Lépinay
Claudine Manzanares
Emmanuel Mauger
Jean-Marc Merriaux
Vincent Meslet
Arnaud de Mezamat
Pierette Ominetti
Meryl Moine
Javier Packer-Comyn
Marianne Palesse
Rémy Pfimlin
René Phalippou
Igor Primault
Fabrice Puchault
Michèle Reiser
Hervé Rony
Paul Rozenberg
Valentine Roulet
Corinne Samy
Arielle Saracco
Abraham Ségal
Thomas Schmitt
Guy Seligman
Pierre Sled
Laurence Souveton
Alex Szalat
Olivier Stroh
Frédéric Texeraud
Charlotte Uzu
Idzard Van der Puyl
Clémence Weber
Christine Vaudeville

ANNEXES

- Lettre de Mission du Ministère de la Culture et de la Communication.
- Historique des différentes étapes menant à la TNT nationale
- Statut juridique et fiscal du mécénat
- La production audiovisuelle de documentaire 2010 (in « Le marché du documentaire 2010 » CNC)

Annexe 1

Lettre de mission (exemplaire adressé à M. Jacques Perrin)

*Liberté Égalité Fraternité
République Française*

Ministère de la Culture et de la Communication

Le Ministre

Monsieur Jacques PERRIN
Président directeur général, Producteur
Galatée Films
19 avenue de Messine
75008 PARIS

Nos réf. : CC/1818

Monsieur le Président directeur-général,

L'offre de contenus audiovisuels connaît actuellement une transformation profonde : elle est encadrée par un nouveau dispositif réglementaire définissant les obligations de production audiovisuelle et cinématographique des services de télévision, et à présent également celle des services de médias audiovisuels à la demande. Elle est également remodelée par l'extinction de la télévision analogique qui sera achevée fin 2011. En outre, elle doit compter désormais avec le développement et la généralisation d'Internet, qui modifie à la fois l'économie du secteur et les conditions d'accès aux programmes, ainsi que leurs usages, notamment sur de nouveaux supports.

C'est dans ce contexte que j'estime nécessaire d'engager une réflexion sur la place du documentaire dans cette nouvelle offre de contenus et de programmes. Le documentaire est en effet un genre majeur sur lequel repose en grande partie la mission d'information, d'éducation et d'ouverture au monde qui est celle des médias audiovisuels, mission à laquelle nous sommes tous attachés et qui est, plus que jamais, essentielle.

L'offre de documentaires à la télévision a sensiblement évolué ces dernières années : en particulier avec le développement d'une offre en première partie de soirée sur les chaînes de télévision (notamment de service public), mais aussi avec l'émergence de documentaires « incarnés » dans une logique de fidélisation du public, ou encore avec la multiplication des projets de docu-fiction, le documentaire de création demeurant pour l'essentiel diffusé sur des cases tardives en nombre réduit ou sur des chaînes sans réels moyens financiers.

C'est pourquoi je souhaite vous confier ainsi qu'à Catherine Lamour, Serge Gordey et Carlos Pinsky, une mission d'étude et de réflexion sur le documentaire de création, l'un des genres le plus en souffrance actuellement.

Cette mission aurait vocation à s'interroger à la fois sur les conditions de production et de financement de ces documentaires mais aussi sur la problématique de leurs conditions de diffusion.

.../...

3, rue de Valenciennes, 75033 Paris Cedex 01 France - Téléphone : 01 40 15 80 00

Le champ de votre mission, qui concerne à la fois le documentaire audiovisuel et cinématographique concernerait plus précisément :

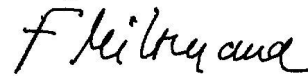
- l'analyse des coûts de production et le financement du documentaire de création par rapport au reste du secteur ;
- les conditions de financement de l'écriture ;
- les circuits de diffusion commerciaux et non commerciaux, y compris l'Internet, à la télévision et dans les salles de cinéma, ainsi que sur les nouveaux services (télévision de rattrapage, vidéo à la demande). Vous étudierez la question du référencement en ligne pour faciliter l'accès aux œuvres ;
- les rapports entre auteurs, producteurs et diffuseurs.

Pour ce faire, vous pourrez recourir aux services du ministère de la Culture et de la Communication, plus particulièrement ceux de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC), et ceux du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

Vous prendrez l'attache des organisations professionnelles et des différents acteurs du secteur, ainsi que celle des principaux diffuseurs du genre.

Je souhaite que vous puissiez me remettre un rapport au mois de juin 2011.

Je vous remercie d'avoir accepté cette mission et vous prie d'agréer, Monsieur le Président directeur-général, l'expression de mes sentiments distingués.



Frédéric MITTERRAND

Annexe 2

Bref historique des différentes étapes menant à la TNT nationale telle que nous la connaissons aujourd'hui

24/07/2001 : Appel à candidatures par le CSA pour l'occupation de 22 canaux de services privés à vocation nationale.

17/06/2002 – 01/07/2002 : Auditions publiques des 65 candidats jugés recevables.

23/10/02 : Sélection de 23 services nationaux pour la télévision publique – avec une répartition de 16 services nationaux gratuits et 15 services nationaux payants. 5 nouveaux éditeurs privés accèdent ainsi au réseau hertzien : les groupes AB, Lagardère, Bolloré, Pathé et NRJ – propriétaires respectivement des chaînes NT1, MCM, Direct 8, TMC, NRJTV.

14/12/04 : Nouvel appel à candidatures pour 6 nouvelles chaînes de la TNT suite à l'annulation par le Conseil d'Etat au 20/10/04 de la mise en place de 6 chaînes sur 23 de la TNT – iTélé, Sport Plus, Planète, Ciné-Cinéma, Canal J, MCM – les quatre premières étant propriété du groupe Canal Plus et les deux dernières du groupe Lagardère. A travers cette décision, le Conseil d'Etat venait en effet de donner raison à la requête de TF1 : avait été considéré qu'à travers Lagardère Thématiques dont Canal Plus et Lagardère exercent alors un contrôle conjoint – possédant respectivement 49% et 51% du capital de cette société qui est propriétaire de Canal J et MCM – la procédure organisée par le CSA avait abouti à ce que la société Canal Plus détienne, directement ou indirectement, seule ou conjointement, sept autorisations d'émettre, soit un nombre supérieur au plafond fixé par la loi.

17/02/2005 : Pathé se désengage de l'aventure TNT et vend à TF1 et AB ses 80% de TMC pour près de 50 millions d'Euros.

31/03/05 : Démarrage des chaînes gratuites.

19/07/2005 : 8 nouvelles chaînes sont autorisées, dont 4 gratuites : BFMTV (propriétaire : Next Radio TV) ; iTélé (propriétaire : SESI (SNC) : filiale de Canal Plus) ; MCM devenue Europe 2TV qui deviendra Virgin 17 puis Direct Star (propriétaire : Lagardère) ; Jeunesse TV devenue Gulli (propriétaires : Lagardère Active et France TV)

04/12/2006 : TF1 entre à 33,5% du capital d'AB pour près de 230 millions d'Euros.

11/06/2010 : TF1 finalise l'opération de rachat à 100% de NT1 ainsi que des 40% de TMC que possédait encore AB pour près de 192 millions d'Euros.

08/09/2011 : Annonce par Canal Plus du rachat à 60% de Direct 8 et Direct Star pour près 465 M€ - s'ajoute la possibilité d'acheter les 40% restants dans les 3 ans.

Mars 2012 : Attribution de six nouvelles chaînes de la TNT gratuite, programmées pour un démarrage à l'automne 2012

Annexe 3

Statut juridique et fiscal du Mécénat

L'arrêté du 6 janvier 1989 définit le mécénat comme « le soutien matériel apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire à une œuvre (...) pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général ».

L'absence de contrepartie, ou à tout le moins la disproportion marquée entre les sommes versées et la valorisation qui peut en être tirée, distingue le mécénat du parrainage ou du sponsoring. Elle explique en partie son traitement fiscal avantageux :

- une réduction d'impôt de 60 % du montant du don, dans la limite de 0.5 % du chiffre d'affaires ;
- une exclusion du champ de la TVA.

L'intérêt général s'apprécie à la lumière de critères particulièrement sélectifs :

- l'activité financée doit s'exercer dans le domaine philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou doit concourir à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises ; concernant le documentaire, on peut estimer ce critère rempli.
- l'activité ne doit pas être lucrative ; une condition qui n'est pas compatible avec le statut de société commerciale ;
- la gestion doit être désintéressée ; même constat.
- la structure recevant les fonds ne doit pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes ; même constat.
- l'activité poursuivie doit obéir à la « règle des 4P » :
 - Produit : l'activité d'intérêt général doit tendre à satisfaire des besoins peu pris en compte par le marché ;
 - Public : elle doit bénéficier principalement à des personnes justifiant l'octroi d'avantages particuliers au regard de leur situation économique et sociale : chômeurs, personnes handicapées, enfants défavorisés, etc.
 - Prix : les prix pratiqués doivent se distinguer de ceux pratiqués par une entreprise pour des services de nature similaire ;
 - Publicité : l'activité d'intérêt général doit choisir le contenu de la publicité et les supports utilisés en tenant compte du public visé.

A ce jour, il est impossible à une société de production de documentaires de respecter l'ensemble de ces critères.

Annexe 4

Source « La marché du documentaire en 2010 » CNC, Juin 2011

A. Le financement du documentaire

α. Les financements français

Les engagements financiers des diffuseurs dans le financement du documentaire augmentent de 19,0 % par rapport à 2009 à 194,0 M€. En 2010, ils couvrent 49,1 % des devis totaux du genre (+1,8 point), soit un apport horaire moyen en nette hausse à 79,1 K€ (73,3 K€ en 2009). Entre 2001 et 2010, l'apport horaire des diffuseurs évolue en moyenne de +4,7 % par an. Les apports de producteurs progressent sensiblement à 67,3 M€ en 2010 (+19,8 %).

Le financement du documentaire audiovisuel (M€)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
financements français	300,6	338,2	304,5	308,0	289,6	296,7	270,4	298,4	324,4	372,6
producteurs français	61,7	58,4	65,5	63,5	56,7	55,5	49,5	54,0	56,2	67,3
préventes en France	5,0	5,4	5,3	5,4	4,2	5,5	5,2	5,8	4,2	5,5
diffuseurs	138,5	162,4	139,1	144,6	139,2	148,8	137,3	147,1	163,1	194,0
SOFICA	1,1	0,9	0,1	0,2	0,5	0,1	0,1	0,4	0,3	0,2
CNC	67,0	79,5	64,4	65,4	62,4	58,4	52,9	61,7	66,8	73,6
autres	27,3	31,6	30,1	28,8	26,6	28,5	25,4	29,4	33,9	32,0
financements étrangers	17,8	29,9	29,2	24,5	24,3	24,9	16,0	21,5	20,6	22,6
coproductions étrangères	10,9	21,6	22,2	15,9	17,7	15,8	9,5	15,5	12,9	13,7
préventes à l'étranger	7,0	8,4	7,0	8,7	6,7	9,1	6,5	6,1	7,7	9,0
total des financements	318,4	368,1	333,6	332,6	314,0	321,5	286,3	320,0	345,0	395,3

Source : CNC.

Le financement du documentaire audiovisuel

Source : CNC.

β. Les financements étrangers

Les financements étrangers dans la production française de documentaire sont en hausse de 10,0 % à 22,6 M€ en 2010, dont 9,0 M€ au titre des préventes (+16,6 %) et 13,7 M€ au titre des apports en coproduction (+6,1 %). 467 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2010, pour un total d'apports étrangers de 18,0 M€, répartis entre apports en coproduction (9,9 M€) et préventes (8,1 M€). 20 heures de programmes minoritaires français sont financés par des partenaires étrangers à hauteur de 4,7 M€ dont 3,8 M€ d'apports en coproduction et 0,8 M€ de préventes. En 2010, la part des apports étrangers dans le documentaire atteint 5,7 % des devis totaux du genre, contre 6,0 % en 2009.

χ. Le financement par le CNC

Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaire s'élèvent à 73,6 M€ en 2010, soit une hausse de 10,1 % par rapport à 2009. Compte

tenu de la progression du volume de production, l'apport horaire du CNC est stable à 30,0 K€ en 2010. Sur les dix dernières années, il progresse en moyenne de 1,9 % par an. En 2010, les aides du CNC couvrent 18,6 % de l'ensemble des financements du genre (-0,8 point par rapport à 2009). Par ailleurs, 55,6 % des heures de programmes audiovisuels aidées par le CNC concernent des documentaires. Ce pourcentage atteignait 52,4 % en 2009.

B. Politique d'investissement des chaînes en documentaire

Commandes des diffuseurs en documentaire

	heures		apport des		coût horaire		apport horaire		taux de financement (%) ¹	
	initiées ¹		diffuseurs (M€) ²		(K€) ¹		(K€) ¹			
	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
chaînes publiques nationales	1 109	1 132	106,94	123,61	201,0	218,8	93,7	106,7	46,6	48,8
chaînes privées nationales gratuites	194	341	19,04	30,47	147,8	141,3	96,9	89,3	65,5	63,2
chaînes payantes	668	693	28,06	30,32	100,8	99,1	37,0	39,2	36,7	39,6
chaînes locales	253	286	8,76	9,38	102,6	107,4	27,2	26,2	26,6	24,4
chaînes du web	-	3	-	0,06	-	60,8	-	6,8	-	11,2
autres chaînes	-	-	0,28	0,20	-	-	-	-	-	-
total	2 225	2 454	163,08	194,04	155,1	161,1	69,4	75,7	44,7	47,0

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

