



Le Syndicat
des Producteurs
Indépendants

**COMPTE RENDU DE LA
RENCONTRE COLLÈGE AUDIOVISUEL SPI – TF1 FICTION
DU 29 JUIN 2022**

Le collège audiovisuel du SPI a reçu le 29 juin 2022, dans les locaux du SPI,

Anne Viau

Directrice de la Fiction de TF1

Stéphane Eveillard

Directeur des Acquisitions Fictions Françaises et Flux

Directeur des Opérations de la Fiction de TF1

Ligne éditoriale

TF1 propose deux cases fortes de fiction en Prime Time : le lundi et le jeudi.

Le lundi : public large, comédie familiale

Le jeudi : polar

La moyenne annuelle des inédits diffusés en prime-time est de 70.

Cibles

- la fameuse *Femme responsable des achats de moins de cinquante ans* (FRDA-50).

- **les jeunes adultes** : ce public consomme beaucoup de fictions sur les plateformes SMAD. TF1 souhaite les atteindre dès maintenant et ne pas attendre leurs 40 ans, avec des fictions mettant en scène ce que vivent les jeunes : troubles, problématiques autour de tourments de cet âge, parfois extrêmes (prostitution adolescente par ex.). Ce type de programme peut être regardé en famille, et permet aux parents de mieux identifier les problèmes de leurs enfants. Exemples :

- *Fugueuse* (Vema Production – MEDIAWAN) :

- *Pour Sarah* (Vema Production – MEDIAWAN + Effervescence Fiction)
- *Plan B* (Gaumont TV)

Genre et format

Le Polar reste le genre roi en fiction.

TF1 développe également des drames, de l'historique et fantastique (souvent mélangé à un autre genre tel la comédie) et cherche principalement des mini-séries et des séries récurrentes.

TF1 tient beaucoup à cette diversité qui représente une richesse et correspond à une demande très large.

Les séries sont attendues impérativement en nombre pair, avec 6 épisodes minimum pour les séries récurrentes.

Si l'histoire est assez riche pour la développer ou pour rentabiliser la série, 8 épisodes sont possibles (*Le Bazar de la Charité*, QUAD TV ; *Les Combattantes*, QUAD DRAMA)

4 épisodes seront plus difficiles à programmer car n'est pas le format naturel, sauf s'il s'agit d'une série récurrente. *HPI* (Itinéraire Productions, Septembre productions) est un cas spécial avec 6 épisodes puis 2 de plus commandés dès la 1^{ère} saison.

La saisonnalité est très importante pour créer un rendez-vous avec les téléspectateurs, ce qui distingue la chaîne de l'offre des SMAD (et ses pratiques de consommation en mode *binge*).

Lorsqu'une première saison est satisfaisante en audiences, TF1 lance immédiatement l'écriture de la Saison 2.

Les séries en linéaire sont très importantes car elles créent un rendez-vous avec le téléspectateur, tempo très différent des plateformes.

Besoins

Deux exemples incarnent les besoins impératifs du groupe :

- **Faire exister « des marques »** (séries identifiées TF1)

- **Créer des repères, des événements grand spectacle sur les antennes :**

Balthazar (Beaubourg Stories, Beaubourg Audiovisuel) qui existe depuis 2018, Saison 5 diffusée en fin 2022, ou *Clem* (Merlin Productions) Saison 12 au printemps.

TF1 s'attache à une montée en gamme via le casting et l'écriture.

Le principal besoin est l'installation de nouvelles séries pour prendre la suite des « marques » (il faut remplacer *HPI*, *SAM*, *Munch...*)

TF1 cherche des héros récurrents, très forts, ou des séries chorales type *Les bracelets rouges* (Vema Production – MEDIAWAN).

Contrairement à France Télévisions, la porte d'entrée au Groupe TF1 n'est pas un unitaire test (*Meurtre à ...*) ; une mini-série peut très bien permettre un début de collaboration.

Le groupe peut également signer sur un coup de cœur pour un projet, quel que soit le format, l'interlocuteur, mais sera très exigeant sur les auteurs. TF1 peut également aller jusqu'à demander à rajouter des auteurs.

Matériel attendu

Une Bible avec avant tout un concept fort, des personnages, une idée de mécanique. Certains projets sont nés uniquement avec un pitch ; pour *Munch* JLA a pitché « Isabelle Nanty en avocate, ça vous intéresse ? »

Processus de signature

Une convention de développement est signée dans un premier temps. Elle est suivie d'un rétroplanning établi en commun, avec rendu de synopsis, mise au point des étapes d'écriture et de la production.

Les équipes de TF1 accompagnent les producteurs dans l'écriture.

Enfin, le projet est défendu auprès de la Direction de TF1, avec une orientation de casting et de réalisateur.

L'équipe éditoriale

Elle est composée de 8 conseillers, chacun en charge de portefeuilles de projets : séries, mini-séries, quotidiennes, unitaires. Ces conseillers assurent le suivi de la recherche et du développement.

Le comité éditorial se réunit une fois par semaine.

Chaque projet reçu est lu par deux conseillers artistiques.

L'équipe est très éclectique : personnel interne à TF1 (marketing, programmation), des ex-directeurs littéraires, des producteurs, des anciens comédiens, un ex-journaliste de la rédaction d'Allociné, une ex-directrice de casting :

Estelle Boutière – Solène Bouton – Jonathan Brecher – Léa Coquin-Legardez - Aurélie de Thevenard - Céline François – Jean-Maxime Renault – Alexandra Goussu
(Cf. Organigramme à la fin de ce doc.)

Le casting est très important.

TF1 attend un casting de forte notoriété (TV...). Il est à préciser que les critères du groupe peuvent différer de ceux perçus au cinéma. Il s'agit d'un casting à forte notoriété populaire selon TF1.

TF1 attache également une importance à l'émergence de nouveaux talents (par ex. Camille Lou est une actrice « bébé TF1 » connue du grand public par *Les bracelets rouges*) ou en mettant en avant des acteurs issus des séries quotidiennes.

Unitaires

Les unitaires ne sont pas la priorité pour TF1 sauf s'il s'agit d'un événement par le sujet ou le casting, ou d'un coup de cœur.

L'unitaire sociétal n'est actuellement plus suivi par le public, ce n'est donc pas le moment d'en proposer.

En revanche, TF1 a une demande très précise sur un unitaire pour Noël 2023, du style « fiction doudou », comédie romantique et familiale.

L'investissement moyen d'un unitaire peut aller de 750.000 € à 1 million d'euros, avec de grosses variations selon le casting.

Sujets

Selon des études TF1, le public sature de mauvaises nouvelles (confinement, Covid, guerre, politique). Il existe par conséquent une prime au divertissement, à la légèreté. (Cf. audiences de *Le dîner de cons*, *La 7^e Compagnie...*).

Il faut donc inspirer positivement le public et lui offrir du pur divertissement.

TF1 cherche en priorité des comédies polars, des nouvelles séries policières mais aussi des fictions type action/aventure, comme *Le Saut du diable* (CPB Films) ; et souhaite en faire davantage, que ce soit sous forme d'unitaires, de mini-séries ou avec héros récurrents.

Il n'y a pas de tabou, de dogme, même sur les films d'époque car le public en est plutôt friand. Les fictions historiques représentent de gros engagements financiers, une vraie prise de risques, mais permettent d'offrir de grands spectacles, du romanesque. Une série récurrente en costumes peut être envisagée.

Ainsi *Les Combattantes*, (diffusion à venir) est une mini-série 8x52' (QUAD DRAMA), pensée avec un angle moderne, quelques anachronismes dans les détails ou dialogues, mais ce sont des héroïnes très modernes qui font écho aux téléspectateurs.

Formats

Le principal format est le 52' mais TF1 reste ouvert aux autres formats.

Le 26' est difficile à diffuser sur TF1. Il est cependant adapté aux chaînes de la TNT et aux offres non-linéaires. Il permet par ailleurs d'aller chercher des personnalités, des talents différents, des signatures (ex. Jonathan Cohen).

Streaming – recherche du public jeune

La durée de visionnage en linéaire s'effiloche. Pour faire face à cela, le groupe lance des programmes originaux sur TF1 MAX.

L'année 2023 doit connaître une accélération dans ce domaine.

A souligner que TF1 est également actionnaire de SALTO.

Même si le polar et la comédie sont très demandés sur les plateformes, les offres streaming se veulent différentes des programmes linéaires tout en gardant :

- Une cohérence de marque
- Une cohérence éditoriale avec les programmes des chaînes :
 - Fictions avec thématiques plus sombre
 - Fictions plus conceptuelles (type *Squid Game* sans aller jusque-là)
 - Davantage de violence ou de thèmes subversifs mais dans l'ADN TF1.

dans les formats 52' ou 26'.

Pour ce genre de projets, le groupe prend les droits SVOD et linéaires car ces programmes pourraient être diffusés ultérieurement en linéaire sur TMC ou en deuxième partie de soirée sur TF1.

Du point de vue budgétaire, les possibilités étant très variées, les budgets seront également très variés.

Les œuvres streaming pourront ouvrir de nouveaux champs des possibles chez les producteurs.

Auteurs

Il y a une telle demande de nouveaux contenus que le vivier d'auteurs n'est pas suffisamment développé. Certains projets ralentissent en raison du manque d'auteurs, trop occupés.

Pour la formation de nouveaux talents, le compagnonnage est évoqué, mais il est difficile en raison de l'égo de certains auteurs.

Certaines collaborations se font avec les écoles, mais il est difficile de poursuivre le travail avec les auteurs une fois la formation terminée.

Audiences

Il est très important pour la régie publicitaire d'atteindre ses cibles. Si une série obtient une énorme audience mais n'atteint pas ses cibles, elle pourra ne pas être reconduite. Il s'agit donc d'une combinaison de score de puissance et de score sur cible.

Coproductions internationales

L'ambition de production est très élevée.

Il n'y a pas d'objectif annuel chiffré car monter et assurer un projet jusqu'au bout n'est pas facile.

Chaque partenariat se fait au coup par coup, selon le projet.

Pour *Le Bazar de la Charité*, TF1 a travaillé avec NETFLIX, mais il n'y a pas de dogme, c'était une recherche d'équilibre sur le projet.

Les SMAD demandent de plus en plus souvent la 1^{ère} fenêtre de diffusion.

Productions en cours

@venir (avec et écrit par Kev Adams Prod. MyFamily) – comédie fantastique,
Prométhée (6x52', UGC Fiction) – jeunes adultes, thriller fantastique,
Toulouse-Lautrec (6x52' Fédération) – dramédie, histoire d'une jeune lycéenne,
Les randonneuses (6x52' Fédération via son label Habanita) – vraie comédie de randonnée, avec chaque épisode est un flashback (tel *Lost*) sur un personnage. Les 6 héroïnes ont toutes été touchées de près ou de loin par le cancer.

TMC

La chaîne ne représente pas la recherche prioritaire du groupe, pour des raisons économiques. La sélection se fait principalement au coup de cœur, selon les projets.

Rapprochement TF1-M6

Le processus n'est pas acté.

Les équipes n'ont pas le droit de parler avec leurs homologues d'M6.

Dans les grandes lignes, la fiction de TF1 devrait garder ses particularités car l'intérêt est que chaque chaîne conserve son ADN.

Parité, place des femmes réalisatrices

TF1 n'a pas d'engagement chiffré sur le nombre de femmes réalisatrices et assure vouloir faire augmenter le % des femmes dans tous les métiers. Ceci a déjà été concrétisé dans les séries quotidiennes.

Le groupe déplore le débauchage des réalisatrices par FTV sur les Prime. Il y a une majorité absolue de productrices.

La diversité

A propos des représentations de la diversité, le groupe reconnaît qu'il y a encore du travail à faire devant et surtout derrière la caméra.

En fiction quotidienne, TF1 a pu faire avancer les causes en abordant des questions sociétales de façon dédramatisant, visible en famille : mariage pour tous, questions de genres etc. Ces épisodes se retrouvent en Top de discussion sur Twitter.

Éco-production

TF1 est membre-fondateur du CA d'Ecoprod. Christelle Leroy, Directrice RSE de TF1 oriente la stratégie du groupe en matière de réflexions sur l'éco-production.

Organigramme

Anne Viau – Directrice de la Fiction

aviiau@tf1.fr

Stéphane Eveillard - Directeur des Acquisitions Fictions Françaises et Flux
Directeur des Opérations de la Fiction

seveillard@tf1.fr

Sophie Levau : Directrice artistique des acquisitions, en charge des développements internationaux

Conseillers artistiques :

Estelle Boutiere : eboutiere@tf1.fr

Solène Bouton : sbouton@tf1.fr

Jonathan Brecher : jbrecher@tf1.fr

Léa Coquin-Legardez : lcoquin@tf1.fr

Auréli de Thevenard : adethevenard@tf1.fr

Céline François : cefrancois@tf1.fr

Alexandra Goussu : agoussu@tf1.fr

Jean-Maxime Renault : jmrenault@tf1.fr