

HISTOIRE TV Ushuaïa TV

Rencontre avec :

- **Christophe Sommet** - Directeur du Pôle TF1 Thématiques en charge des chaînes Ushuaïa TV, TV Breizh et Histoire TV.
- **Elisabeth Hagstedt** - Responsable antenne & acquisitions – Histoire TV
- **Vincent Le Goff** - Responsable antenne & acquisitions – Ushuaïa TV
- **Annabel Gain** - Responsable acquisitions et productions documentaires – Ushuaïa TV

Contexte sur l'univers de la télévision payante, dans lequel se situent les 2 chaînes :

Médiamétrie mesure 86 chaînes payantes (10% de l'audience globale) dont 12 chaînes thématiques de documentaires et de découvertes. Les 2 chaînes du groupe TF1 se portent plutôt bien.

Histoire TV : 1^{ère} chaîne d'audience de toutes les chaînes découvertes et 11^{ème} des 86 chaînes thématiques. Au quart d'heure moyen = 12K tvs / 3,2 M téléspectateurs (tvs) en couverture mensuelle.

Ushuaïa TV : progression plus stable. Elle se place en 25^e place des chaînes payantes en terme d'audience. Au quart d'heure moyen = 10K tvs / entre 3 et 3,5 M téléspectateurs (tvs) en couverture mensuelle.

Distribuées par tous les distributeurs en France (Canal, SFR, Bouygues, SFR, Free) en Europe francophone (Belgique, Suisse, Luxembourg) et dans 30 pays francophones ; soit 14 millions de foyers abonnés.

Stratégie en 2 axes :

1/ Affiner les positions éditoriales autour de marques fortes pour en faire des chaînes incontournables :

Histoire TV = chaîne généraliste sur l'Histoire qui donne les clefs du présent par l'Histoire.

Ushuaïa TV = chaîne pionnière sur la protection de la planète qui aura 20 ans en mars 2025 ; promesse unique dans le paysage francophone sur la protection de la planète.

Ce sont deux chaînes qui font et portent du sens et qui doivent permettre de prendre du recul, de donner de l'analyse aux téléspectateurs.

2/ Exister dans un univers ultra-concurrentiel :

Par rapport à la tv payante, aux plateformes, il est quasiment obligatoire de créer de l'événementialisation, de l'éditorialisation, offrir des contenus inédits et exclusifs, des aspérités, des leviers de communication, encore plus vitaux que les autres acteurs. Les chaînes ont besoin des producteurs pour construire les meilleurs programmes, les programmer de la meilleure façon

possible et le faire savoir. Il faut donc des éléments marketing forts (nom du programme et visuel) pour se différencier sur les écrans d'accueil des box et plateformes.

HISTOIRE TV

Elisabeth Hagstedt - Responsable Contenu & Antenne

La chaîne est moderne, progressiste, engagée... une diffusion en prise avec l'actualité. Nous encourageons la diversité dans la thématique mais aussi grâce à la variété des intervenants et expert.es dans les films. La programmation reflète les valeurs du groupe, donne des clefs de compréhension de façon analytique, et sur les coulisses de l'Histoire. Les projets choisis avec parcimonie sont donc ambitieux. Pour se distinguer, on a besoin de créer des temps forts à l'antenne car les chaînes payantes sont des chaînes de zapping. Il faut un effet d'attraction évident pour que les téléspectateurs restent. Dans un monde en feu, la mise en perspective des événements à travers une analyse est indispensable pour ne pas se laisser submerger par l'actualité.

(ex. La réélection de Trump alors qu'il poussait à un coup d'état a donné lieu à une programmation spéciale dont 4 inédits ; un documentaire revient sur l'histoire de l'avortement).

Est recherché une forme de narration non traditionnelle même sur des sujets d'Histoire plus ancienne, toujours avec des liens avec l'Histoire contemporaine.

Plusieurs exemples sont cités :

(ex. [Jules César, la fabrique d'un dictateur](#) -BBC Studios, label *Specialist Factual Productions*- : une série doc. de facture très moderne, avec des comparaisons avec ce qui se passe aujourd'hui dans certains pays. comment un homme avec son orgueil, ses manipulations, son intelligence a réussi à faire d'une république qui tenait depuis cinq siècle une dictature.)

De nouveaux regards sur l'Histoire ancienne grâce à des nouvelles technologies :

(Ex. coproduction avec ZDF et BIG MEDIA sur série 6x52' sur des fouilles archéologiques... *SCANNING HISTORY*).

De l'actualité sur des recherches historiques sur des sujets que l'on croit connaître et qui sont en fait bien plus complexes :

(Ex. sur le chaos qu'a été la libération de Paris, 52', avec TF1 PRODUCTIONS *Les Batailles cachées de la libération de Paris*).

(Ex. sur la guerre d'engagement et de résilience d'[Act Up ou le chaos](#), 52', MA DROGUE A MOI & Histoire TV).

Les approches non souhaitées par la chaîne : *de l'histoire contemporaine, mais pas de reportages ; Civilisations anciennes et mystères oui, mais il ne s'agit jamais de « big foot et de paranormal » ; Creuser la mémoire de la France ? oui mais avec des analyses et experts pas de films de souvenirs-témoignages (type descendants) - d'autres le font très bien.*

Histoire TV évite d'être trop dans l'émotion et le pathos il faut malgré tout capter le public dès qu'il arrive sur la chaîne.

Quels Formats ? (52', séries...)

Tous formats, la chaîne est très ouverte sur tous type de formats et de traitements : des films classiques avec narration forte jusqu'à d'autres formes plus innovantes.

Recherche de thématiques en 2025 :

La seconde Guerre Mondiale racontée de manière différente mais il est prévu déjà beaucoup de programmes dessus. **Les anniversaires** : ex. les 500 ans de la bataille de Pavie. **L'inclusion, la diversité** : droits des femmes, *Black Lives Matter* : 5 ans de la mort de George Floyd ; 1^{er} déc. Journée mondiale contre le sida, 17 mai : luttes contre les lgbtphobie.

USHUAÏA TV

Vincent Le Goff - Responsable antenne & acquisitions

La chaîne pionnière sur la protection de l'environnement.

- **véhicule des valeurs positives**
- **donne les clefs** pour apprendre et comprendre mais sans culpabiliser
- **propose des solutions** pour un monde plus respectueux et pour **donner envie d'agir**

Une chaîne divertissante et grand public qui vous emmène à la découverte des peuples du monde et des beautés de la nature grâce à des images spectaculaires.

Chaîne pionnière sur l'environnement, 95% de Documentaires, un tout petit peu de magazines et de cinéma. Ushuaïa TV souhaite donner des clefs pour comprendre sans culpabiliser ou être anxiogène ni mièvre. Il n'est pas facile de sensibiliser à cette thématique et donner envie d'agir sur l'environnement surtout en ce moment avec l'actualité internationale et française.

1/3 des gens interrogés dans une étude récente de l'ADEME sont climato-sceptiques !

Les leviers sont : l'émerveillement, l'émotion, l'empathie aussi par les incarnants (scientifiques, aventuriers, mais aussi figures inspirantes, engagées ou personnes du quotidien).

Programmation : une événementialisation appuyé sur des mois thématisés :

- 21 mars : Journée internationale des forêts
- 8 juin : Journée mondiale de l'océan (2025 Sommet à Nice)
- 16 oct. Journée mondiale de l'alimentation etc.

Ceci permet d'offrir aux producteurs et téléspectateurs une clarification maximale de la chaîne.

Janvier	Aventuriers
Février	Eau
Mars	Forêts
Avril	Oiseaux
Mai	Afrique
Juin	Océans
Juillet	Été en France
Août	
Septembre	Engagement
Octobre	Alimentation
Novembre	Outremer
Décembre	Montagnes

Thématiques : Environnement, biodiversité, sciences, exploration, évasion.

Première et seule chaîne dédiée à la protection de la biodiversité et de l'environnement.

L'objectif dans la recherche de programmes et de s'intéresser à tous les sujets d'actualité : tous les enjeux de protection de la planète : réchauffement, pollution plastique, disparition des glaciers, protection des forêts, océans, biodiversité...

Un ton militant est bienvenu sur les enjeux d'aujourd'hui pour donner les clefs pour penser l'avenir sur des sujets parfois très compliqués, austères... D'où le traitement par récits d'aventures qui nous emmène de l'autre côté de la planète, avec une trame narrative qui embarque les spectateurs. Recherche de thématiques inspirés, les films peuvent être remarqués en festivals et presse grand public ou spécialisé, identifiés sur les réseaux sociaux... donc des films qui sont toujours inédits.

(Ex. [Stealing Giants](#), Prod. Hook Films & Ushuaïa TV : Doc-enquête sur le trafic d'éléphants du Laos vers les parcs d'attractions en Chine, film qui a eu un impact réel sur le trafic).

(Ex. *Les sentinelles de l'Antarctique*, Prod. BO TRAVAIL & Ushuaïa TV : Doc. sur les conséquences du réchauffement climatique sur la faune antarctique et qui suit la question des revendications d'appropriations de territoires).

Des partenariats existent avec des festivals pour des Appels à projets : avec le Festival International du Film Ornithologique de Ménigoute (FIFO), le Chamonix Film Festival et Paris Sciences : <https://pariscience.fr/prix-du-premier-film-scientifique/>

Collections courtes :

ex. Saison 2 de *Les voyageurs solidaires* 6x52' (VANDELAY, MEDIATIKA & Ushuaïa TV) : avec des personnalités voyageant à la rencontre d'associations environnementales.

(Ex. *Wildlife Expeditions* : à la découverte d'espèces (requins, dugong, oiseaux rares...) avec des messages simples mais sur crucial sur le fond : comment le vivant peut être appréhendé. Par ex. par l'approche de regards différents par les Kanak.)

Pour fêter les 20 ans de la chaîne : le 14 mars 2025 et jusqu'à fin décembre 2025 :

Il a été prévu des productions de prestige, avec des incarnations fortes et modernes avec youtubeurs ; pour faire rayonner la marque tout au long de l'année.

Réponses aux questions des membres du SPI :

- **Quels sont les budgets ?**

En 5 ans il n'y a jamais eu de baisse de coût de grilles sur les 2 chaînes. Dans le cadre des 20 ans d'USHUAÏA TV un effort sur le coût de grille se fera en 2025.

Est prévu quelques dizaines de milliers d'euros pour acheter des Droits SVOD et atteindre un jour ce marché, qui reste cohérent avec l'univers des chaînes payantes.

Un documentaire qui arrive en préachat avec plusieurs diffuseurs (Arte, RMC, Public Sénat) est un « programme rincé » qui a moins de valeur pour les distributeurs comme pour les téléspectateurs. Ainsi il n'y a pas de valeur du programme pour un documentaire disponible sur Arte.tv qui est en plus désormais disponible sur TF1+. Donc la pertinence d'achat après des chaînes TV en clair se pose encore davantage même si ce type de stratégie expansive continue.

Le pôle thématique de TF1 remercie infiniment le SPI pour ses négociations qui leur permet de réinvestir dans le préachat de documentaires menées avec le groupe.

Pour mémoire, lors de la dernière négociation de l'accord avec le groupe TF1, le SPI a obtenu un sous-quota d'investissement en documentaire d'environ 11 M€/an et un relèvement de l'apport minimum des chaînes documentaires à 10.000€/h.

HISTOIRE TV	USHUAÏA TV
Objectifs d'investissements : 300h/an (cessions, préachats, coproduction...).	250 à 300h /an dont 50% en préachats-copro. et majoritairement en acquisitions. ≈30-50h de coproduction et ≈50h en seconde fenêtre (après Arte et FTV en général)
80h de préachats et coproduction (stable)	
Niveau d'investissement sur un 52' : 25.000 € Recherche de coproduction internationale (ex. possible avec ZDF : chacun sera 1 ^{er} diffuseur sur son territoire).	Niveau d'investissement sur un 52' : 12 à 15.000 € dans le cadre d'une coproduction.
Rare gros coup de cœur de programmation : ex. <i>Léonard de Vinci</i> : prod. très ambitieuse de 80.000€ pour 3 formats + 1 podcast.	1 à 2 projets coup de cœur/an : peut aller jusqu'à 80.000 €. Pour les 20 ans quelques projets à 20-25.000 €. Projet avec incarnation parfois jusqu'à 30.000 €.
Achat catalogue : 2500 € - 2800 €	Achat catalogue : 3000 € (beaucoup à l'étranger). 2500 € pour <i>Échappées Belles</i> par ex.
Seconde fenêtre de préachats produit par Arte ou France Télévisions : 7500€ le 52' (projets normaux ; hors les <i>primes</i> France 2).	Seconde fenêtre de préachats produit par Arte ou France Télévisions : 7800€ le 52' (pour les <i>primes</i> de France 2 : au cas par cas ; il n'y a pas de règle).

- **Quels sont les attendus d'un dossier ?**

Un synopsis, des notes de réalisation, un schéma de la production, c'est-à-dire, un planning dans ses grandes lignes, plan de financement, budget et le montage financier.

Il est vraiment important de présenter le film, son concept, sa raison d'être avec un engagement clair de l'auteur-réalisateur. Cela semble évident mais cela manque souvent. Un dossier de 80 pages n'est pas nécessaire. Cela dépend aussi si c'est une première expérience de producteur avec la chaîne.

USHUAÏA TV ≈300 dossiers reçu par an ; étudiés toute l'année (hors période du MIP et autres marchés internationaux) ; 50 projets sur 300 sont lancés.

HISTOIRE TV ≈300 dossiers reçus environ par an ; avec une réunion éditoriale chaque semaine. Dossiers, contrats, négociations, visionnages : cela prend du temps car l'équipe est très réduite.

- *Les séries doc seront-elles toujours incarnées ?*

L'incarnation est un bon moyen, si légitime mais pas systématique.

- *Comment atteindre les cibles jeunes 15-25 ans ?*

Les chaînes sont vendues dans les packages de distribution. Ex. HISTOIRE TV augmente en audiences sur la cible des 25-49 ans, ce qui est rare. Les 2 chaînes sont appréciés par tous les âges et publics, contrairement aux concurrents.

Ex. [On les appelle vikings](#) avec Nota Bene, personnage-passeur et youtubeur à succès sur l'Histoire, produit avec 13 PRODS. Axe : analyse d'actualités à travers l'Histoire.

- *Quelle est l'enjeu des chaînes sur internet et les réseaux sociaux ? Avez-vous des contreparties ?*

L'offre est composée des chaînes linéaires ; les corners de Replay : 20% de l'audience de HISTOIRE TV se fait en replay (environ 200h disponibles, moins chez Ushuaïa) ; les site web ;

les réseaux sociaux ; et une petite présence sur TF1+ par une verticale transition écologique et solidaire, [USHUAÏA TV FOR CHANGE](#) : 200 contenus de fonds de catalogue.

Recherche de contenu pour alimenter TF1+ : 20h pour 2025, plus en distribution, avec un budget très restreint : quelques centaines d'euros !

- *Le mode feuilletonnant peut-il fidéliser le public et vous intéresser ?*

Non, ce genre est davantage pour les chaînes historiques gratuites, nous faisons davantage de collections. De plus, la communication sera maximale à la première diffusion du 1^{er} épisode.

Par contre les chaînes font quelques acquisitions de séries feuilletonnantes bouclées pour construire une programmation d'une soirée de 3 épisodes ; ainsi que de l'achat de droits de rediffusions (ex. *Échappées Belles*).

- *Les marques changeront-elles pour les 20 ans ?*

Les marques sont très puissantes, elles ne changeront évidemment pas.

Sur l'engagement citoyen il est présent sur tous nos choix d'investissements donc de programmation : sur les luttes et combats sociétaux ; sur l'Histoire et l'environnement.

Contact (qui pourra transmettre vos demandes à l'équipe) :

Swan Babut, Chargé de communication, Histoire TV – Ushuaïa TV – TV Breizh
sbabut@tf1.fr

Catalogue de rentrée 2024/2025 des chaînes thématiques :

<https://tf1pro.com/actualites/article/rentree-20242025-chaines-thematiques>

Verticale "Ushuaïa TV For Change" sur TF1+ :

<https://www.tf1.fr/collections/ushuaia-tv-for-change-64477948.html>

Verticale Impact sur TF1+ :

<https://www.tf1.fr/programmes-tv/impact>