

Le documentaire, trésor des chaînes thématiques

Télévision

Dans un contexte général de refonte des offres, d'offensive marketing et tarifaire, les chaînes thématiques payantes continuent de maintenir un fort niveau d'engagement en direction du genre documentaire.

★ *"Le contexte économique dans lequel nous sommes plongés n'est pas des plus simples, notamment en raison de la refonte globale de l'offre de nombreux opérateurs mais aussi des problématiques liées à la baisse des recettes publicitaires, pose d'emblée Muriel Guidoni-Deregnacourt, déléguée générale de l'Association des chaînes conventionnées et éditrices de services (ACCeS). Pourtant, nous constatons que l'ensemble des chaînes thématiques payantes continue de maintenir un fort niveau d'engagement dans le domaine du documentaire, en innovant et en inventant des stratégies adéquates."*

Dont acte : sur la seule année 2016, l'ensemble des chaînes thématiques payantes – hors Canal+ mais incluant les chaînes thématiques du groupe – ont investi sur la période pas moins de 45,1 M€ dans la production audiovisuelle et 20,6 M€ dans le seul genre documentaire, selon le CNC. *"Le documentaire est clairement le genre dans lequel les chaînes thématiques payantes investissent le plus, tout en ayant recours à une immense diversité de producteurs, ce qui est un signe de vitalité"*, commente la déléguée générale.

Avec un total de 657 heures commandées en 2016, et, sur les dix dernières années, un bilan de plus de 8 000 heures, ces chaînes ont investi dans le documentaire un montant supérieur à 200 M€.

"Nos chaînes continuent, envers et contre tout, d'être garantes d'une forme de diversité dans le documentaire, confirme Christine Cauquelin, directrice des chaînes thématiques Découverte du Groupe Canal+, lesquelles ont produit pas moins de 133 heures de documentaire en 2016, pour un montant approchant les 10 M€. Nous évoluons dans un secteur où nous nous

affranchissons volontiers des académismes et nous préoccupons d'une grande variété de sujets, qu'il s'agisse d'architecture, d'environnement, d'urbanisme..."

Espace de liberté

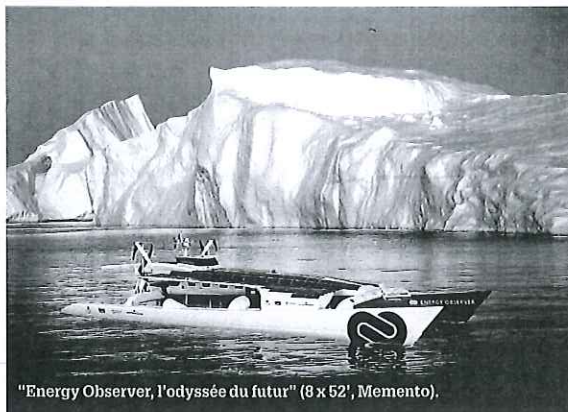
En ce sens, les chaînes thématiques payantes remplissent un espace qui n'est pas comblé par les chaînes dites généralistes. Et pour cause : *"La véritable liberté des chaînes thématiques provient du fait qu'elles ne sont pas coincées par les cases traditionnelles, remarque Christine Cauquelin. Nous n'envisageons pas, par exemple, le prime time de la même manière qu'une chaîne généraliste. Nous créons nous-mêmes des cases adaptées au propos que nous souhaitons tenir, au type de contenu qui intéresse notre public."*

« Le documentaire est clairement le genre dans lequel les chaînes thématiques payantes investissent le plus, tout en ayant recours à une immense diversité de producteurs, ce qui est un signe de vitalité »

Muriel Guidoni-Deregnacourt,
DG de l'ACCeS

Assumant leur liberté éditoriale et une certaine forme de prise de risque, les chaînes thématiques françaises sont en effet les garantes d'une production réellement originale, développant non seulement des identités visuelles marquées mais aussi un langage documentaire propre, comme a pu le faire Planète+ avec la série 3x75' *Pourquoi nous détestent-ils?* (Caméra Subjective).

"Nous disposons d'une vraie liberté, en ce qui concerne la recherche des angles, des narrations et, de fait, des dispositifs techniques adaptés", abonde Marika Puisseux, directrice de



"Energy Observer, l'odyssée du futur" (8 x 52', Memento).

la programmation chez Fox, en charge notamment de la chaîne Voyage, qui cultive elle aussi sa singularité sur la centaine d'heures de documentaires réalisés en coproduction ou préachat en 2016, avec un investissement moyen oscillant entre 15 000 € et 30 000 €. *"Nous avons choisi de ne pas être une simple chaîne consacrée au tourisme, mais un média en phase avec la manière de voyager des Français, ce qui implique des choix éditoriaux clairs. Cela nous permet donc de tester des procédés narratifs innovants et de nouvelles formes d'écriture"*, poursuit-elle.

Thématiques singulières

"La force de nos chaînes, insiste Olivier Braillon, directeur délégué aux programmes de la chaîne KTO, c'est que nos thématiques sont si marquées – et je ne parle pas seulement de la chaîne que je représente – que les sujets sur lesquels nous nous penchons ne pourraient, de toutes façons, être traités par aucun autre média." La chaîne d'obédience catholique, qui se défend cependant de ne parler qu'aux adeptes de cette seule confession, consacre en effet 20 % de sa diffusion à des documentaires singuliers, traitant de la maladie, de la notion d'espoir ou de la règle de vie monastique de saint Benoît. *"Qui d'autre que KTO peut se permettre de diffuser des sujets pareils?"*, ironise le directeur délégué aux programmes.

Selon la plupart des professionnels rencontrés, cette capacité à traiter de sujets très spécialisés doit être amplifiée, notamment à travers le développement des séries documentaires : *"Etant donné notre volonté de spéciali-*

sation dans tel ou tel domaine, le format unitaire n'est pas toujours adapté, remarque Christine Cauquelin. Lorsque nous avons fait Food 2.0, qui traite de la manière dont nous nous nourrirons dans le futur, le sujet était si vaste que si nous voulions disposer du temps et des expertises nécessaires, il nous fallait en faire une série."

Tendances, mythes et complots

En dépit de ces contraintes spécifiques, les projets abondent : Planète+ lance ainsi une nouvelle saison de sa collection *Pourquoi nous détestent-ils?* (3 x 75', Caméra Subjective), cette fois consacrée tour à tour aux pauvres, aux femmes et aux homosexuels, tandis que *C'est pas pour nous* (75', Caméra Subjective), incarné par Maïmouna Doucouré, sera consacré à la ségrégation dans le milieu du travail. *Topoi* (7 x 52', O2B Films), collection documentaire sur les mythologies contemporaines (le design scandinave, le complot, les start-up...), ou encore *Energy Observer, l'odyssée du futur* (8 x 52', Memento), complètent le line-up de la saison 2017-2018.

Chez Voyage, *L'Homme des bois* (2 x 3 x 52', Beau travail), une nouvelle saison du *Fan tour, de Guillaume* (9 x 52', Adrenaline) ou les *Voyage dans les années 1970* (2 x 60') sont au programme, tandis que KTO proposera prochainement *Rodin au pied des cathédrales* (52', KTO/Mat Production), qui se penche sur les influences religieuses du sculpteur, ou encore *Nicodème* (52', KTO/De Films en aiguille), d'Elodie Ferré, qui interroge la nature de la vocation religieuse. **Thomas Blondeau**

Arte, l'amb

Diffuseur

La chaîne franco-allemande réaffirme, à la veille du mariage international du documentaire son engagement envers le

★ *Arte joue plus que jamais du documentaire. "Il est au cœur de notre offre éditoriale", souligne Brice Lenoir, directeur éditorial d'Arte France. La présentation de la politique de la chaîne, quelque temps avant le coup d'envoi du Summer of the Doc. Et d'expliquer : "À l'heure où s'affirme une sorte de partage entre deux télévisions, juge pas. Avec d'un côté les chaînes de plus en plus de divertissement et de l'autre côté, celles qui sont plus en plus dans le documentaire fait partie. Peu de chaînes de télévision investissent autant dans le genre de cet engagement, Arte déjà par an dans la création documentaire 45,5 M€ du côté d'Arte 1 et majoritairement des coproductions (43,5 M€). Entre 4 et 6 M€ sont consacrés à la création numérique. Se positionnant autant que les autres chaînes franco-françaises qu'intéresse la chaîne franco-allemande"*







GAUMONT PATHÉ
archives





15 000 HEURES D'IMAGES EN HD

www.gaumontpathearchives.com