

Satellifax Magazine

Entretiens et décryptages

N°32 / Supplément à Satellifax n°5279 - Vendredi 5 octobre 2018

p 1/28

Interview

Aurore Bergé :

« On ne peut être un village gaulois qui se réfugie derrière ses règles du jeu. »



p 02

Interview

Vincent Maraval :

« Les diffuseurs étouffent les créateurs. »



p 10

Le dessin de la semaine

L'œil de Cyrille Berger

p 16



Focus sur une start-up

Vox'M

Franck Lecoq, Bruno Seguin,
Luis Belmard-Letellier

p 17



Zoom Programme
Quotidien
Bangumi / TMC

p 19

Plan de financement TV
Nina, saison 4
Barjac Production / France 2

p 21

Last but not least
Congrès de la FNCF :
demandez les images

p 22

Aurore Bergé :

« On ne peut être un village gaulois qui se réfugie derrière ses règles du jeu. »

La députée LREM Aurore Bergé, 32 ans, émet 40 propositions visant à adapter la législation et la réglementation aux nouveaux usages et aux nouveaux entrants dans son rapport d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique. Il a été conçu à l'issue d'une centaine de rencontres (auditions et tables rondes) avec les acteurs de l'audiovisuel et du cinéma, menées par la mission présidée par Pierre-Yves Bournazel (UDI). Lutte contre le piratage, production indépendante, publicité, régulation, redevance, accords interprofessionnels, CNC..., Aurore Bergé veut faire bouger de nombreuses lignes.



Aurore Bergé, députée LREM des Yvelines, est la rapporteur de la mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique.
Photo © Jean-Philippe Baltel

Satellifax Magazine : Quel a été le fil rouge de votre analyse des auditions et y a-t-il un élément qui vous a surpris dans ces rencontres ?

Aurore Bergé : Le fil rouge initial, c'est l'enjeu de la réforme de la loi de 1986 : comment adapter notre législation et notre réglementation à la fois aux

nouveaux usages et aux nouveaux entrants. La loi de 86 a été révisée 80 fois, sans compter les décrets qui sont venus la compléter, la modifier, voire la complexifier. L'idée n'est pas de faire une 81^e révision pour se faire plaisir, mais c'est vraiment de déterminer ce qui est nécessaire à faire. Ce qui m'a surtout

surpris, de manière positive, c'est que les acteurs, malgré des divergences d'opinions ou d'intérêts, sont tous conscients de l'urgence à agir.

Parce qu'il y a un adversaire en commun ?

AB : Parce que, quelque part, ■ ■ ■



Le rapport d'Aurore Bergé a été adopté par la mission mardi 2 octobre à l'unanimité.

■ ■ ■ il y a des gens qui troublent un peu le jeu. Ils sont aussi conscients du fait qu'on ne peut être un village gaulois qui se réfugie derrière ses règles du jeu et qu'il va bien falloir, de toute façon, s'adapter.

« Les acteurs, malgré des divergences d'opinions ou d'intérêts, sont tous conscients de l'urgence à agir. »

L'une des bases du projet de loi, c'est la transposition de la directive SMA qui aborde notamment cette question. Emmanuel Macron a dit être opposé aux surtranspositions. La directive SMA fera-t-elle exception ? Quelle marge de manœuvre avez-vous par rapport à la transposition ?

AB : Nous avons toute marge de manœuvre, en tant que parlementaires, pour initier et proposer. Au-delà, il faut aussi avoir conscience des limites. Il y a des choses extrêmement positives dans la directive, des principes qui sont posés. En revanche, il y a des surtranspositions qui seraient inutiles parce

qu'elles n'impacteraient pas les bons acteurs. Par exemple, l'obligation d'exposer 30 % d'œuvres européennes dans le catalogue : si on surtranspose, cela ne touchera pas Netflix, puisque c'est le pays d'origine qui compte. Il faudrait que les Pays-Bas, eux, surtransposent.

En même temps, vous dites que la directive SMA ne règle pas tout.

AB : Bien sûr. Ce qui importe, dans la directive SMA, c'est que, pour la première fois, il y a un cadre européen cohérent. Cela démontre la nécessité à avoir une convergence entre les obligations qui pèsent sur les différents acteurs, là où, avant, il n'y avait pas de règles du jeu communes. C'est évidemment extrêmement positif, avec notamment deux dispositions : l'obligation d'exposition de 30 % d'œuvres européennes (Netflix est aujourd'hui à 20 %, Amazon à 17 %) et, surtout, l'obligation d'investissement dans le pays de destination. Et ça, c'est majeur. On doit accoler à un Netflix, Amazon, etc., les mêmes obligations que celles qui incombent aux chaînes. Par ailleurs, pour les acteurs historiques qui participent au financement de la création audiovisuelle et cinématographique, on change un certain nombre de choses : possibilité de

mutualiser leurs obligations de financement au niveau des groupes, ce qui favorise la circulation des œuvres. On propose aussi de changer beaucoup de règles sur les questions de publicité. Mais, je pense profondément que notre modèle a permis de garantir la diversité culturelle, la vitalité du cinéma français. Cela veut dire qu'il y a beaucoup de choses qui sont pertinentes.

Dans votre rapport, vous appelez à un « changement de paradigme normatif » avec une ligne directrice qui est « élargir, assouplir, simplifier ». Quelles sont les places respectives de la loi, de la réglementation et des accords interprofessionnels ?

AB : Il faut parfois que le législateur accepte de s'effacer face à des accords interprofessionnels, voire des accords de gré à gré. Il y a eu une tentation de surencadrer ce marché. Je propose par exemple de revenir sur la définition de la production indépendante, qu'il faudrait limiter à l'absence de lien capitalistique, alors qu'elle dépend aujourd'hui d'une multiplicité de règles d'une complexité inouïe pour les acteurs eux-mêmes. Est-ce à la loi ou au ministère de réglementer l'organisation des droits ou des mandats entre ■ ■ ■

■ ■ ■ les chaînes, les distributeurs, les producteurs ? Je ne pense pas. Il est bien plus pertinent que ce soient les acteurs eux-mêmes qui la définissent dans des accords interprofessionnels ou de gré à gré.

« Il faut parfois que le législateur accepte de s'effacer face à des accords interprofessionnels, voire des accords de gré à gré. »

Donner une prévalence à des accords interprofessionnels sur des questions très centrales comme les droits, signifie-t-il que vous considérez que le secteur a atteint un équilibre qui permet de négocier sereinement, avec des rapports de force moins tranchés qu'ils ont pu l'être ?

AB : On pose quand même un cadre, avec le maintien des obligations de financement, de la distinction entre obligations de financement audiovisuelles et cinématographiques, car je considère qu'il y aurait un risque cyclique à les mutualiser. On propose aussi de supprimer les jours interdits de cinéma à la télévision, mais sans impact sur les obligations de financement de chaînes. Je ne parlerais pas forcément de sérénité du secteur, en revanche, je pense qu'il est plus légitime que ce soient les acteurs eux-mêmes qui définissent ce niveau-là de liens qui les unissent. En fonction du point de vue d'où vous parlez, producteurs ou diffuseurs, vous avez des discours différents qui tendent à laisser penser que, finalement, il existe une forme d'équilibre.

Et qui serait l'arbitre ?

AB : Vous avez des arbitres qui sont des autorités de régulation. Le rôle du CSA, avant tout, c'est de vérifier notamment les conventions des chaînes et le respect de leurs obligations. Le CNC doit aussi beaucoup plus jouer ce rôle de régulation et de partenaire.

Le CNC n'est pas vraiment un régulateur.

AB : Il pourrait l'être. C'est demandé par un certain nombre d'acteurs, sur la régulation du nombre de films, par

exemple. En tout cas, je veux que le CNC redevienne un partenaire. Et, aujourd'hui, il l'est de moins en moins.

Qu'est-ce qui vous fait dire cela ?

AB : Lui-même ne se définit plus comme tel. Le CNC ne doit pas oublier qu'il a pour tutelle le ministère de la Culture ; il y a parfois une tentation d'autonomisation extrêmement puissante. Et il ne faut pas qu'il oublie qu'il est avant tout un partenaire de tous celles et ceux qui concourent au financement de la création, à la création elle-même et à la diversité culturelle. Il peut accompagner les différents accords interprofessionnels et aurait pu jouer un rôle beaucoup plus important par exemple sur la chronologie des médias.

Vous parlez de la tendance à l'indépendance du CNC. Est-ce la raison pour laquelle vous préconisez que la nomination du président du Centre intègre le dispositif prévu aujourd'hui pour l'audiovisuel public, avec contrôle du Parlement ?

AB : Ce serait beaucoup plus sain. La volonté d'autonomisation, qui est très claire, est allée jusqu'à doter le CNC d'un ou d'une présidente, une présidente à l'heure actuelle. Est-ce plus pertinent, plus efficace que quand il n'y en avait pas ? C'est une question qui peut légitimement se poser. On devrait avoir le même type de mécanisme de nomination que celui que vous évoquez avec un contrôle du Parlement. Nous votons le budget.

« Est-ce à la loi ou au ministère de réglementer l'organisation des droits ou des mandats entre les chaînes, les distributeurs, les producteurs ? Je ne pense pas. »

Le budget provient de taxes affectées...

AB : Bien sûr, sauf que ce sont les seules taxes affectées qui ne sont pas plafonnées, car on considère que cela bénéficie à la diversité culturelle, au financement de la création. Du coup,



Aurora Bergé et Pierre-Yves Bournazel, respectivement rapporteur et président de la mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique, lors d'une audition.

cela impose un mécanisme fort de régulation et je trouve légitime que le Parlement puisse s'en saisir et avoir une forme d'évaluation et de contrôle. Durant les auditions ou à côté de ces auditions, les différents acteurs ont été assez sévères sur le mode de fonctionnement du CNC, sur une relative opacité, sur des changements de règles, et il y en a beaucoup en ce moment sur le financement de la fiction, du documentaire, du spectacle vivant, avec une consultation qui a été assez modeste, et j'essaie de bien choisir mes mots. Cela mériterait un peu plus de transparence et, pour que cette transparence existe, l'évaluation que nous pourrions faire serait une bonne porte d'entrée.

Vous évoquez également la remise à plat des taxes qui financent le CNC. Préconisez-vous l'application, aux services à la demande, des taux des acteurs traditionnels ou y a-t-il une réforme plus générale à mener ?

AB : Il y a deux choses. Il doit y avoir une convergence fiscale entre les différents acteurs du fait des asymétries réglementaires et sur le financement de la création. Après, il faut être aussi lucide. Quand bien même on arrive à augmenter très fortement la taxation sur les Gafan, cela restera une portion congrue, puisqu'elle s'appliquera sur leur chiffre d'affaires réalisé en France, sur lequel il y a une opacité totale. Au début de l'audition de Netflix, je leur ai juste posé des questions de chiffres. Combien de salariés en France ? ■ ■ ■

■ ■ ■ Zéro. Ensuite, sur toutes les questions que j'ai posées – nombre d'abonnements et chiffre d'affaires en France, volume d'œuvres européennes dans le catalogue, financement de la création européenne et française, etc. –, c'était systématiquement « non communicable ». Il doit donc y avoir convergence, c'est une certitude. Mais il faut aussi être lucide sur l'impact que cela pourra avoir.

« Durant les auditions, les différents acteurs ont été assez sévères sur le mode de fonctionnement du CNC, sur une relative opacité, sur des changements de règles. »

Cela signifie-t-il qu'il faut aussi revoir les taux applicables aux acteurs français ?

AB : Ça doit être iso en termes de ressources obtenues par le CNC. Donc, si on augmente vraiment le taux applicable aux Gafan – la taxe YouTube est plus que modeste –, ça doit se faire avec un point d'équilibre nouveau à trouver au bénéfice des acteurs historiques qui sont, eux, vertueux.

Vous voulez également revoir le taux et l'assiette de la TSA payée par les exploitants.

AB : Une question se pose depuis de nombreuses années : aujourd'hui, 25 % du chiffre d'affaires réalisé en salles n'est pas taxé. A savoir, les bandes-annonces, la location des espaces et tout ce qui touche à la confiserie. Est-ce légitime ? C'est une question à se poser, notamment sur la confiserie, directement liée au produit d'appel cinéma. Ce serait donc légitime que cette part-là rentre dans l'assiette taxable. Mais si on élargit l'assiette, on peut très bien revoir le taux. L'idée n'est pas de faire contribuer davantage les exploitants de salles, mais qu'il y ait une forme d'équité dans la manière d'appréhender l'assiette.

Le dossier de la chronologie des médias n'est toujours pas bouclé.

AB : Mon parti pris depuis le début est

de dire que, s'il y a un accord interprofessionnel, je partirai du principe qu'il est bon et qu'on n'a pas à aller plus loin : on ne peut pas demander aux professionnels de négocier pendant plusieurs mois, si c'est pour mettre après l'accord à la poubelle. S'il n'y a pas d'accord interprofessionnel, je souhaite que l'on reparte de la proposition cible du médiateur¹. Elle permettait de réduire l'ensemble de la chronologie des médias, ce qui avait beaucoup plus de sens, notamment au regard des nouveaux entrants : on leur donnait plus l'opportunité d'entrer, à condition évidemment qu'ils jouent le jeu du financement de la création. C'est aussi la question de la neutralité technologique. Ce qui compte, c'est où, après la salle, je peux voir l'œuvre, peu importe le support, et à quel coût. Si les professionnels ne se mettent pas d'accord, mon souhait est que l'on parte de cette proposition cible : c'est la plus ambitieuse et c'est celle à laquelle, de toute façon, à terme, on arrivera. C'est-à-dire la neutralité technologique.

Vous trouvez donc moins satisfaisant l'accord tel qu'il se dessine aujourd'hui ?

AB : Il sera satisfaisant par nature, puisque c'est un accord interprofessionnel, mais je pense moins ambitieux. Pour moi, à terme, la neutralité technologique doit prévaloir, sans trappes pendant lesquelles les films sont indisponibles. Sinon, c'est un encouragement au piratage.

Vous proposez de donner davantage de moyens à l'Hadopi et de la fusionner avec le CSA. Cela signifie plutôt, vu la taille des institutions, élargir le champ de compétences du Conseil ?

AB : Non, je mets les deux acteurs au même niveau. Je ne dis pas qu'il y en a un qui va cannibaliser l'autre. On a deux institutions qui doivent être replacées sur leur cœur de métier et d'objectifs. La Hadopi a souffert, lors du dernier quinquennat, des attermoissements du gouvernement, ce qui n'aide pas l'autorité de régulation à trouver sa place

¹ La proposition cible prévoyait une avancée à trois mois de la fenêtre VOD/DVD, ainsi que la mise en place d'une fenêtre alignée TV payante et SVOD à droits et devoirs égaux pour la télévision payante et la SVOD (dite « vertueuse ») à six mois.

et à aider les acteurs à lutter contre le piratage, à les accompagner dans leurs démarches. Or, elle a développé une expertise technique et juridique puissante. Mais on ne lui a pas donné les moyens d'aller au-delà et on n'est pas allés au bout de la réponse graduée notamment. En 2013, on supprime par décret la seule sanction qui existait après les courriels simples et lettres recommandées : le fait de couper de manière temporaire l'accès à internet. Il faut aller au bout de la réponse graduée, donc avoir une sanction pécuniaire. Or celle qui existe légalement aujourd'hui ne peut être posée que par le juge. Et on sait que, de fait, ce n'est pas le cas. La dernière année, on était à 16 millions de signalements faits par les ayants droit à l'Hadopi, 80 décisions de justice et une seule amende de plus de 2 000 euros. Ce n'est pas dissuasif.

Quel est le mécanisme qui pourrait permettre...

AB : ... la transaction pénale. On ne retient pas l'amende pour des questions juridiques : son automaticité ne serait vraisemblablement pas conforme constitutionnellement sur le motif de la négligence caractérisée. La transaction pénale, qui revient au même, permettrait d'avoir une sanction pécuniaire et, ainsi, d'aller enfin au bout de la réponse graduée, un système qui fonctionne. Aujourd'hui, vous piratez parce que c'est gratuit, d'où la nécessité de développer une offre légale compétitive, parce que c'est super simple et, enfin, parce que vous vous dites que vous ne vous ferez jamais prendre, que vous n'aurez jamais de sanction. Donc il faut lutter sur les trois points.

« Quand bien même on arrive à augmenter très fortement la taxation sur les Gafan cela restera une portion congrue. »

En quoi fusionner l'Hadopi et le CSA change quelque chose ?

AB : Il y a eu une espèce d'arlésienne, la fusion entre l'Arcep et le CSA. ■ ■ ■



Thomas Anargyros (Uspsa), Maryam Salehi (NRJ Group), Marie-Eve Malouines (LCP-Assemblée nationale), Didier Diaz (Ficam), lors des auditions par la mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique.
Photos © Satellifax

■ ■ ■ Moi, je les conserve car, au-delà des autorités de régulation, les acteurs eux-mêmes en sont revenus. D'autre part, je trouve pertinent d'avoir une autorité de régulation sur les infrastructures et les réseaux et une autre sur les contenus. Avoir une autorité de régulation unique sur les contenus, qui soit CSA-Hadopi fusionnés, c'est à la fois veiller au respect par les chaînes ou par les radios de leur conventionnement, c'est revenir aux missions essentielles du CSA sur la garantie du pluralisme, la lutte contre les atteintes aux mineurs, la protection des jeunes publics, tout en luttant contre le piratage avec la Hadopi. Ce serait cohérent d'avoir une autorité qui soit à la fois régulateur et partenaire de la création, parce que ce sont les éditeurs de contenus qui pâtissent du piratage.

« Aujourd'hui, 25 % du chiffre d'affaires réalisé en salles n'est pas taxé. A savoir, les bandes-annonces, la location des espaces et tout ce qui touche à la confiserie. Est-ce légitime ? »

Avec des compétences renforcées pour le CSA dans certains domaines, par exemple vis-à-vis d'internet ?

AB : On est en train d'élargir ses compétences avec la proposition de loi sur la lutte contre la manipulation de l'information qui sera adoptée définitivement

la semaine prochaine. C'est un premier pas pour montrer que le CSA est légitime à être le régulateur des contenus, y compris sur internet. Il y a actuellement un problème de cohérence dans ses prérogatives. Donc oui, je pense qu'en effet, il faut élargir ses compétences. D'où la proposition d'une autorité unique sur les contenus où qu'ils se trouvent. Après, faut-il aller plus loin sur la gouvernance notamment ? Je veux d'abord savoir si ce principe-là emporte l'adhésion des différents acteurs.

Quand vous parlez gouvernance, vous faites allusion à quoi ?

AB : Vous avez les règles de nomination, qui sont très différentes entre le CSA et la Hadopi et, ensuite, l'organisation interne. Hadopi, c'est simple : vous avez un président, une secrétaire générale, vous n'avez pas de fonctionnement en collèges, qui a vraisemblablement démontré ses limites. Le fait que le président du CSA n'ait pas autorité sur ses membres, que chacun ait, finalement, les prérogatives de ses propres sujets, je ne suis pas certaine que ce soit très pertinent en termes de régulation.

Sur la gouvernance, vous n'abordez pas la question de l'audiovisuel public. Pour quelles raisons, alors que le gouvernement l'a annoncée comme étant l'un des points importants de la réforme ?

AB : Je ne l'ai pas fait pour deux raisons. Première raison : il y a déjà eu beaucoup de rapports, beaucoup de comités qui ont réfléchi sur ce sujet-là. Je n'étais pas persuadée de la pertinence d'être un énième comité Théodule sur les enjeux de l'audiovisuel public. Ensuite, quand

vous parlez gouvernance, cela cannibalise tout le reste. On le voit assez vite, dans les médias mais également auprès des acteurs : on ne s'intéresse plus qu'à ça et, du coup, on ne s'intéresse plus aux missions de l'audiovisuel public, à ses prérogatives, à son financement, etc. C'est pour cela qu'on l'a en effet volontairement écarté.

« Pour moi, à terme, la neutralité technologique doit prévaloir, sans trappes pendant lesquelles les films sont indisponibles. »

N'est-ce malgré tout pas un peu étrange de faire un rapport sur une loi à venir en mettant de côté un élément qui est quand même essentiel ?

AB : J'entends la critique. C'est un parti pris qu'on a eu, qui a été renforcé par les auditions où personne ne nous en a parlé. Dès qu'on a interrogé les acteurs sur l'audiovisuel public, sur les réformes à faire, tout le monde nous a parlé des missions, personne ne nous a parlé de sa gouvernance. Je pense que ce n'est pas une question centrale. Après, à partir du moment où un projet de loi sera déposé, le Parlement réauditionnera, retravaillera. Le travail parlementaire ne s'arrête pas au rapport dont l'objectif est de servir de base au futur projet de loi. C'est comme ça qu'il a été conçu, y compris avec l'exécutif. Il ne se suffit pas à lui-même : c'est une première pierre qui est posée et, évidemment, il y a beaucoup de ■ ■ ■

■ ■ ■ sujets complémentaires qu'il va falloir aussi évoquer. Mais on aborde l'audiovisuel public sur la question de son financement, avec la proposition de la redevance universelle.

Que pensez-vous des annonces du gouvernement sur le fait de suspendre l'indexation sur l'inflation en 2019 et de ne toujours pas mettre la réforme à l'ordre du jour ?

AB : La taxe d'habitation sera supprimée l'année prochaine, dans le PLF 2020, donc, quoi qu'il arrive, il faudra qu'une décision intervienne. Je pense que ce sera et dans le projet de loi sur l'audiovisuel et dans le projet de loi de finances. Il y aura une cohérence entre les deux. Le point de vue que je développe dans le rapport, c'est l'universalisation de la redevance, pour des raisons de cohérence avec les nouveaux usages, en gardant le montant unitaire.

« La Hadopi a souffert, lors du dernier quinquennat, des attermoissements du gouvernement, ce qui n'aide pas l'autorité de régulation à trouver sa place et à aider les acteurs à lutter contre le piratage, à les accompagner dans leurs démarches. »

Sans indexation ?

AB : Pour l'instant, on ne l'aborde pas. Avec les recettes supplémentaires liées à l'élargissement de l'assiette, l'idée est de supprimer le plus possible la publicité sur l'audiovisuel public. Elles sont estimées à 100 millions d'euros, ce qui permettrait a minima de supprimer toute la publicité sur Radio France – et donc de resingulariser le service public de la radio par rapport aux stations privées – et sur France 5, ce qui consacrerait comme étant la chaîne de la jeunesse et de la connaissance.

Quand je vous entends définir France 5 comme la chaîne de la jeunesse et de la connaissance, ça accredité...

AB : ... C'est déjà en grande partie ce qu'elle est avec *Les Zouzous*, *Les*



Frédéric Delacroix et Nicolas Seydoux (Alpa, en haut), Mathieu Debusschere et Radu Mihaileanu (ARP, à gauche), Janneke Sloetjes et Marzena Rembowski (Netflix, à droite) lors des auditions par la mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique.

Photos © Satellifax

Maternelles, etc., vous avez des programmes qui sont très identifiés.

Oui, mais ça accredité l'idée d'un transfert d'une grande partie des cases jeunesse de France 4 sur France 5. Vous n'abordez pas France 4 et France Ô. Pour vous, l'arrêt des deux chaînes sur le hertzien n'est plus un débat ?

AB : De fait, c'est acté. En revanche, on dit qu'il faut garder la diffusion en linéaire de l'animation, car c'est là que les programmes jeunesse acquièrent leur notoriété avant d'élargir leur audience en délinéarisé. Après, ce n'est pas moi qui fais les programmes de France Télévisions. Par ailleurs, on souhaite une sanctuarisation des crédits alloués à la création, y compris l'animation, un secteur très important en France. Et, enfin, on aborde la suppression de l'exposition en hertzien de France 4 et de France Ô par rapport à l'offre de la TNT. Il y a deux solutions : soit on remet en concurrence les deux canaux, soit on les supprime. Mon parti pris est de dire

qu'on a déjà trop de chaînes en TNT. Le fait qu'on supprime deux canaux est, à mon avis, une bonne chose. Les fréquences libérées doivent permettre de passer franceinfo et LCI en HD.

Et profiter des capacités libérées pour mettre en place des services associés sur la TNT ?

AB : Pour moi, cela dépend de la stratégie des chaînes elles-mêmes. Le conflit qui a opposé les diffuseurs aux FAI a montré à quel point les services associés sont un outil de négociation puissant des chaînes vis-à-vis des FAI. Après, ce n'est pas à moi de dire ce qu'elles ont à faire.

Vous parlez des accords entre diffuseurs et distributeurs. Il n'y a pas de propositions sur ce point.

AB : Ç'a été un vrai sujet de débat. Je n'ai pas mis de propositions, car ma religion n'est pas faite. Si, demain, j'écris dans la loi que les chaînes gratuites doivent rester gratuites, ■ ■ ■

■■■ sans rémunération du signal, cela remet à plat tous les accords existants entre les FAI et les chaînes. Cela ferait peser une forte insécurité sur les chaînes, alors qu'un équilibre semble avoir été trouvé entre les acteurs. J'ai hésité jusqu'au dernier moment. Cela ne veut pas dire que ça ne sera pas dans la loi, mais, si ça y est, il faut bien mesurer les impacts que cela pourrait avoir sur le secteur.

Vous proposez en revanche une libéralisation du secteur de la publicité...

AB : un assouplissement (rire).

... entre la publicité segmentée, en expérimentation, y compris en TNT, les mentions légales qui disparaissent en radio (hors santé publique). Y a-t-il des dispositions sur les coupures ?

AB : Oui, troisième coupure pour les films de plus d'1h30, hors films jeunesse.

Est-ce que cela ne va pas à l'encontre du consommateur ?

AB : Typiquement, quand on parle de la 3^e coupure dans les films, qui est une demande très forte de TF1, j'estime que, quelque part, c'est à eux que revient la responsabilité. Si TF1 estime que c'est économiquement nécessaire et que le téléspectateur est prêt à suivre, c'est de sa responsabilité. Si le téléspectateur ne suit pas, de fait les annonceurs ne suivront pas, et la 3^e coupure de pub sera vite abandonnée.

La publicité segmentée me semble un sujet encore plus délicat que la 3^e coupure.

AB : C'est un sujet qui est, en tout cas, beaucoup plus structurant, y compris économiquement : on estime que cela représente entre 200 et 300 millions de recettes supplémentaires pour les chaînes. L'une des choses qui ont guidé le rapport, c'est comment garantir le financement de la création. On le

garantit aussi en solidifiant des acteurs qui, aujourd'hui, sont soumis à des asymétries hyper puissantes. De fait, la publicité segmentée est autorisée pour Facebook, pour Google. Pourquoi l'interdirait-on pour des acteurs historiques qui participent au financement de la création en France, qui payent leurs impôts en France...

« Vous ne pouvez pas piloter une entreprise publique, à laquelle vous demandez des efforts conséquents, si vous avez peur que votre actionnaire vous fasse défaut dans l'année en cours. »

Autre assouplissement proposé : les quotas radiophoniques...

AB : ... avec la suppression de l'interdiction des hautes rotations ■■■



La mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique a auditionné de nombreux acteurs du secteur, notamment (de haut en bas et de gauche à droite) : Sylvain Clochard (Syndicat des cinémas d'art, de répertoire et d'essai), Catherine Corsini et Céline Sciamma (SRF), Frédéric Goldsmith (UPC), Fabrice Schlosser (Télévisions locales de France), Dominique Renaud (Union des télévisions locales de service public-TLSP), Marc-Olivier Sebbag et Richard Patry (FNCF).

Photos © Satellifax



Parmi les personnalités du secteur auditionnées par la mission d'information sur une nouvelle régulation de la communication audiovisuelle à l'ère numérique (de gauche à droite) : Vincent Gisbert et Nicolas Coppermann (Spect), Christophe Thoral, Emmanuel Chain et Pascal Breton (2AI).
Photos © Satellifax

■ ■ ■ pour les titres francophones. C'est utile de garder les quotas, car ils permettent de maintenir la diversité culturelle. Après, les mécanismes qui ont été introduits par la loi Création en 2016 sont d'une complexité inouïe. Le CSA lui-même ne sait pas aujourd'hui, ou a en tout cas beaucoup de mal à appliquer les nouvelles dispositions et les exceptions à ces nouvelles dispositions, etc.

La complexité venait justement aussi de cette question des exceptions.

AB : Sur les exceptions, plusieurs radios, Virgin Radio et d'autres, sont en train de mettre en place une nouvelle convention avec le CSA. A partir du moment où elles sont en train d'être implémentées, il serait un peu dommage d'oublier ensuite ce travail fait en deux ans. En revanche, sur les hautes rotations, vous n'avez aucune limitation pour les titres internationaux, mais vous en avez une pour les titres francophones dans l'objectif de diffuser plus de titres. Je n'ai pas l'impression que ça ait entraîné plus de diversité culturelle, d'exposition d'artistes français ou européens francophones. En plus, vous gardez d'autant mieux le succès que vous avez une liberté de multidiffusion. C'est comme cela que vous faites émerger des artistes qui, ensuite, sont suffisamment puissants sur le marché français pour être exportables en Europe et à l'international. C'est la raison pour laquelle je recommande qu'on puisse revenir sur cette disposition en particulier et, dans un souci de cohérence, que les quotas

soient aussi applicables à Radio France. J'ai toujours été étonnée que l'Etat définisse des règles qu'il ne s'applique pas à lui-même.

« Le travail parlementaire ne s'arrête pas au rapport de base au futur projet de loi. C'est comme ça qu'il a été conçu, y compris avec l'exécutif. »

Vous souhaitez une accélération du DAB+. Doit-il y avoir un calendrier d'arrêt de la FM ?

AB : Je ne sais pas s'il faut aller jusque-là. En tout cas, ce qui est certain, c'est que l'on a pris un retard colossal sur le déploiement du DAB+ par rapport au calendrier initial et par rapport aux autres pays européens. Je sais qu'il y a des radios qui ont freiné, parce que, forcément, cela représente plus de concurrence. Mais, ce qui compte, c'est le bénéfice du passage de la FM au DAB+ pour l'auditeur, et il est clair.

Sauf s'il n'y retrouve pas ses radios nationales. Les groupes ne sont pas très motivés.

AB : Il n'y a pas de raison que vous ne puissiez pas y retrouver Info, Inter, NRJ, Europe, RTL... Les groupes ne sont pas très motivés parce qu'ils voient une concurrence renforcée, notamment locale.

Y a-t-il possibilité de les « forcer » ?

AB : C'est une question qu'il va falloir se poser si on ne va pas suffisamment vite sur le calendrier. Si jamais on voit qu'il y a des risques de blocage, alors on pourra inscrire une date butoir.

Vous préconisez que l'Etat respecte les engagements financiers pris dans le cadre des contrats d'objectifs et de moyens (COM) avec les entreprises publiques. On a pu voir, ces dernières années, qu'ils n'ont jamais été respectés, y compris par le gouvernement actuel. Comment comptez-vous faire ?

AB : Déjà, on peut se poser la question de savoir si le COM est le bon outil de pilotage. Il est un peu contesté et par l'Etat et par les entreprises. Ce qui est certain, c'est que l'Etat doit, à un moment, être au clair par rapport aux objectifs qu'il assigne à l'audiovisuel public : il y a toujours une forme d'injonctions contradictoires. Il faut à la fois assumer une réforme en profondeur de l'audiovisuel public – sur les moyens et le renforcement sur le cœur de mission – et faire en sorte que l'Etat, du coup, s'engage vraiment. Vous ne pouvez pas piloter une entreprise publique, à laquelle vous demandez des efforts conséquents, si vous avez peur que votre actionnaire vous fasse défaut dans l'année en cours. A partir du moment où l'Etat s'engage, l'Etat doit tenir ses engagements. C'est important de donner de la prévisibilité aux patrons de l'audiovisuel public, mais aussi à leurs équipes. ■

Propos recueillis par Virginie Sengès

Vincent Maraval :

« Les diffuseurs étouffent les créateurs. »

Depuis sa création en 2002 par une bande de copains formés à Studiocanal, la société de distribution et de production Wild Bunch n'en finit pas de faire parler d'elle. Elle détonne par sa capacité à attirer les prix les plus prestigieux, avec pas moins de sept Palmes d'or dans ses vitrines, dont la dernière à Kore-eda, tout en cultivant un certain anticonformisme. Ses dirigeants, Brahim Chioua et Vincent Maraval, pratiquent volontiers un discours disruptif qui bouscule et parfois déplaît, au CNC, aux exploitants, ou à Canal+. Démonstration avec Vincent Maraval, dg délégué, qui revient sur la recapitalisation en cours du groupe, les perspectives du milieu et surtout les projets à venir de la société.



Vincent Maraval, 50 ans, directeur général délégué de Wild Bunch.

Satellifax Magazine : Le 24 juillet dernier vous êtes parvenus, avec l'approbation du tribunal de commerce de Paris, à un accord avec le fonds Sapinda Holding BV, dirigé par l'Allemand Lars Windhorst, déjà actionnaire de Wild Bunch depuis la fusion avec le groupe Senator en 2015. Que représente concrètement cet accord ?

Vincent Maraval : Pour faire simple, cet accord se traduit par une augmentation

de capital de quelque 54 millions d'euros et une réduction symétrique de la dette financière.

Comment se répartit désormais ce capital ?

VM : Il sera au final détenu à 76 % par une société du groupe Sapinda, à 9 % par nous, actionnaires et à 15 % par les porteurs d'obligations.

Sapinda vous accorde également un prêt d'actionnaire d'au moins 30 M€ destiné à l'acquisition et la production de nouveaux contenus. Sans doute la partie du deal la plus importante pour vous ?

VM : Comme l'a déclaré notre président Vincent Grimond, tout cela est l'aboutissement d'un plan initié depuis longtemps avec à la clé, en effet, des mesures qui garantissent les ■■■

■ ■ ■ ressources requises pour maintenir et intensifier notre développement ; notre évolution stratégique en tant que fournisseur européen d'œuvres cinématographiques et télévisuelles.

« Ce qui a été le plus rageant durant la période que nous venons de vivre, c'est que nous ne nous étions pas trompés sur le constat. »

Je sais que vous détestez la formule, mais voilà Wild Bunch « sauvé » donc ?

VM : Wild Bunch n'est pas plus « sauvé » aujourd'hui (d'autant que l'opération n'est pas encore définitivement réalisée) qu'il n'était « mort » hier ! La plupart des sociétés de distribution sont en difficulté en France, certaines s'étouffent sous le poids de leurs dettes, d'autres vendent leurs actifs aux gros groupes pour survivre quitte à y laisser liberté, indépendance et marges de manœuvre. Pourquoi ne parle-t-on que de nous ? Wild Bunch doit s'adapter et muter... mais notre monde va vite et ce sera donc probablement toujours le cas. C'est ce que nous faisons depuis dix-sept ans. La VHS, la pay TV, le câble, la TNT, le home cinéma, l'abolition des frontières audiovisuelles, la fin de l'argentique, etc., etc., sont des changements qui ont rebattu les cartes de notre industrie en permanence. Ce qui a été le plus rageant durant la période que nous venons de vivre, c'est que nous ne nous étions pas trompés sur le constat mais que nous avions besoin – et vite – de moyens pour entreprendre les mutations nécessaires et qu'on a perdu du temps.

On vous sent agacé.

VM : J'ai du mal à le cacher (rires). En fait, devoir s'expliquer, se justifier, réclame une énergie inutile : des augmentations de capital, nous en sommes à cinq depuis notre création, alors elle est où l'info ? Ce que nous vivons, c'est juste la vie du monde des affaires. Et ce qui me saoule, c'est la faculté de certains médias à écrire sans chercher à vérifier leurs informations. « Il paraît que Wild Bunch est à vendre, qu'il va mourir », s'exclamaient depuis des mois certains

Loach, les Dardenne, Desplechin : les productions à venir

L'année 2019 marquera le retour de quelques grands auteurs maison, à commencer par Ken Loach qui tourne actuellement *Sorry We Missed You*. De leur côté, Luc et Jean-Pierre Dardenne réalisent en ce moment en Belgique *Ahmed*, leur onzième film de fiction. En préparation aussi, le nouveau Ari Folman (*Valse avec Bachir*) : *Where Is Anne Frank ?* Vincent Maraval est particulièrement intéressé par ce sujet qui selon lui, « dans un climat de résurgence nationaliste, servira, espérons-le, de piqûre de rappel ». Le prochain long métrage d'Olivier Assayas, *Wasp Network* aura Penélope Cruz pour interprète, au service d'un sujet qui aura Miami pour cadre et évoquera le quotidien de prisonniers cubains sous la présidence Clinton. Wild Bunch sera aussi associé à *The Torture Report*, de Scott Z. Burns, scénariste de *Contagion* et d'*Effets secondaires*, de Steven Soderbergh qui produit ce film. « L'histoire vraie de l'homme qui fut chargé d'enquêter pour le président Obama sur les tortures en Irak. » Enfin, intéressé par un fait divers récent, Vincent Maraval a accompagné le développement de *The Cave*, réalisé par Tom Waller. « Un script d'après le sauvetage en juillet dernier d'un groupe d'enfants thaïlandais par un groupe de plongeurs volontaires. Un récit édifiant. Le film entre en production le mois prochain. »

avec un acharnement risible – sans visiblement connaître quel est, hélas, le quotidien de nombre de sociétés. Spécialement aujourd'hui dans l'industrie du cinéma. Nous avons juste essayé de sauver à la fois notre catalogue et nos métiers parce que Wild Bunch est une société qui exerce dans 6 pays (US, UK, Allemagne, Italie, Espagne, France) avec du staff dans chacun et sur un périmètre d'activité large (production, coproduction, distribution, VOD, édition vidéo, ventes internationales, etc.) que nous voulions conserver. Quand le navire doit changer de direction, plus il est lourd, plus ça prend du temps.

« Le système français se limite aujourd'hui à protéger un parc de salles français (Pathé Gaumont et UGC) et Canal+ qui, à cause des difficultés qu'il rencontre ne respecte plus l'esprit et la nature de ses obligations de financement. »

Avez-vous imaginé à un moment pouvoir vous sortir seuls de cette situation ?

VM : Oui, nous avons imaginé pouvoir

passer sur nos fonds propres. Et nous n'y sommes pas parvenus. D'autres que nous auraient peut-être choisi de continuer l'activité avec seulement 20 employés, en cédant le catalogue, mais sans garantie de réussite pour autant. Or à l'inverse, nous avons réussi à préserver la structure et le champ d'activité parce que nous sommes persuadés de la force de cette structure et de cette organisation. Et pendant tout ce temps, nous avons continué, malgré tout, à faire des films. C'est ce qu'on préfère, vous savez !

En fait, la vraie question que la presse professionnelle devrait se poser est celle-ci : est-ce que les règles qui encadrent la distribution traditionnelle permettent aujourd'hui de soutenir l'activité d'une boîte comme la nôtre ? Et la réponse est « non ». Car nombre de faits industriels rendent la chose dramatique. Nous avons conscience de cela et cette restructuration, notamment le développement de la distribution numérique ou du département série TV, sont des adaptations nécessaires à cet environnement. Mais sans cette restructuration, nous ne pouvions pas pleinement nous consacrer à cette diversification et cette mutation.

■ ■ ■

Aujourd'hui, vous pouvez donc de nouveau ?

VM : Notre période de difficultés a prouvé notre capacité de résistance et la solidité de notre équipe. Pendant notre soi-disant « mort », nous avons lancé Insiders avec des films comme *Loving*, *Jackie*, *You Were Never Really Here*, *Under The Silver Lake*, *Wind River*, nous avons continué à distribuer 15 films par an en Italie, Espagne, Allemagne ou France avec des jolis succès, nous avons lancé une activité TV prometteuse, développé la distribution numérique, etc. On a redoublé d'efforts, et toutes les équipes ont travaillé dans une belle unité pour sortir des difficultés de notre activité par le haut. Pas trop mal pour des « morts » non ?

« Aujourd'hui, quand vous allez soumettre un projet ambitieux à Canal+ avec l'espoir de négocier un montant d'acquisition intéressant en vue de la sortie salles, vous êtes littéralement sommés de céder aussi tous vos autres mandats (droits DVD, VOD...) à Studiocanal. »

Quels sont ces faits industriels ?

VM : C'est assez simple : aujourd'hui, les diffuseurs étouffent les créateurs alors que le système français a été pensé pour que les diffuseurs financent la création. J'entends par diffuseurs les exploitants d'un côté et les chaînes de télévision de l'autre, en particulier Canal+. Le système français se limite aujourd'hui à protéger un parc de salles français (Pathé Gaumont et UGC) et Canal+ qui, à cause des difficultés qu'il rencontre ne respecte plus l'esprit et la nature de ses obligations de financement. Contrairement à l'esprit qui lui avait valu d'obtenir une fréquence publique et des avantages, Canal+ ne remplit plus sa fonction vertueuse vis-à-vis des ayants droit, qui voulait qu'elle finance l'indépendance de notre industrie. Aujourd'hui Canal+ ne se cache plus de



*Vincent Maraval n'a pas un goût naturel du protocole, mais comme les autres, à Cannes, il s'y plie, avec nœud papillon de rigueur afin de pouvoir monter les marches.
Photo © DR*

vouloir dépenser autant que faire se peut ses obligations dans des sociétés de production et/ou distribution qui lui appartiennent. Cela va donc dans le sens contraire de l'indépendance et donc du « deal » qui avait prévalu à sa création. Il est légitime que Canal+, sans doute confronté à de réelles difficultés financières, protège ses intérêts, mais que deviennent les nôtres ? Nous avons plus de devoirs que de droits désormais. Nous ne pouvons pas exploiter nos droits comme bon nous semble de par une chronologie des médias qui défend Canal+ et les gros groupes exploitants qui eux par ailleurs ne respectent plus aucun engagement vis-à-vis de nous. C'est pour ça que je passe mon temps à militer pour que soient rendus les droits aux ayants droit pour que chacun puisse se défendre.

Canal+ avait été imaginé comme la clé de voûte autour de laquelle l'industrie française pourrait offrir un

contre-pouvoir conséquent face à l'industrie américaine. Avec des résultats probants quand même.

VM : Rien à dire. Le génie d'André Rousselet avec le soutien du président François Mitterrand fut d'imaginer la réponse française à la création et l'expansion de HBO et du modèle de la pay TV. Canal est ainsi né d'une vision, porté par une volonté politique. Ce fut un coup grandiose et historique. Hélas, nous n'avons pas eu le même génie ou courage politique quand nous avons vu arriver le déclin du modèle pay TV classique, remplacé par la SVOD et les plateformes. Au contraire, la politique française a été d'essayer de bloquer cette mutation en France pour protéger à la fois notre vieille chronologie des médias et Canal+. C'est une erreur de vision telle qu'aujourd'hui, même dans notre système ultra réglementé, tous les indépendants en payent le prix et ils feront bientôt office de « sacrifiés » de la politique cinématographique ■ ■ ■

■ ■ ■ française. Ils vont disparaître, condamnés à produire pour les groupes sans profiter de leur succès, pour les plus talentueux, ou à vivre de miettes comme des malheureux, pour les plus indépendants. Quand on compare au génie de Rousselet, le gâchis est immense. C'est pour cela qu'à Wild Bunch, ce que vous appelez une action disruptive est plutôt une réponse de survie et une mutation obligée. Or nous, nous avons vu venir Netflix et personne n'a rien fait. Pas faute d'avoir fait le tour des acteurs du secteur. Nous sommes distributeurs en Allemagne, en Italie, en Espagne et nous offrons une base pour monter une structure de poids en matière de SVOD. Mais personne n'a manifesté la volonté de se joindre à nous à ce moment-là. Dommage.

« J'aimerais qu'on réduise la part du préfinancement dans un film, que les droits antenne ne fassent plus partie du calcul des obligations des chaînes comme en Espagne pour redonner aux résultats salles et au risque, une légitimité. ».

Vous critiquez le manque de volonté politique donc ?

VM : Je souligne la démission des pouvoirs publics : le Canal+ que vous évoquez s'était vu fixer à sa création des obligations conséquentes, mais imaginées dans le but de maintenir la diversité de tout le tissu économique français. Nous en avons tous bénéficié dans une relation gagnant-gagnant pendant des années. Aujourd'hui, quand vous allez soumettre un projet ambitieux à Canal+ avec l'espoir de négocier un montant d'acquisition intéressant en vue de la sortie salles, vous êtes littéralement sommés de céder aussi tous vos autres mandats (droits DVD, VOD...) à Studiocanal.

Idem concernant les catalogues qui sont notre richesse, notre identité, le fruit d'années consacrées à faire vivre le cinéma et l'idée qu'on s'en ■ ■ ■

« Les autorités françaises du cinéma doivent protéger le Festival de Cannes »

Selon Vincent Maraval, le Festival de Cannes pourrait voir sa suprématie menacée dans un avenir proche. « Cannes doit rester l'alternative aux Oscars et non pas son obligé, comme le deviennent Venise ou Toronto. L'importance des Oscars est toute relative, son ressenti est surtout le résultat de la mainmise de la presse professionnelle anglo-saxonne. Malgré cela, Cannes rayonne autant dans le monde que les Oscars, qui virent de plus en plus à la compétition américano-américaine. On y récompense autant un bon film que la qualité de la campagne d'un distributeur local, laquelle fait vivre cette même presse, à coups d'achats d'espace.

Se mettre au service de cette manifestation comme le fait un peu Venise, n'est pas le rôle de Cannes qui doit y opposer une sélection qui prend acte du cinéma dans le monde et non sur les seuls marchés américain ou français.

Cela m'a choqué que les attaques subies par le Festival cette année sur la soi-disant "faiblesse" de la représentation américaine, comme sur la problématique Netflix soient restées sans réponse de la part d'une autorité comme le CNC, mais aussi de la FNCF. Ils doivent défendre Cannes et son idée du cinéma sinon, dans cinq ans, le festival peut subir le même sort que les autres festivals de la vieille Europe (Berlin, Locarno, Venise) et devenir un simple lieu de villégiature et de vacances pour les professionnels, pendant que le business et l'industrie se feront à Sundance, Toronto et probablement un jour en Chine qui n'hésitera pas à un moment à profiter de son attrait de plus gros marché au monde, pour lancer un festival majeur.

Aujourd'hui, les productions américaines événementielles, si elles peuvent éviter Cannes, le font dans la perspective des Oscars, quand au même moment des entités comme Netflix ou Amazon ont témoigné de leur volonté de venir à Cannes. Pourtant, on leur a barré la route, sous la pression des lobbies et en invoquant notre chronologie des médias. Est-ce que le CNC ou la FNCF ont soutenu Thierry Frémaux ne serait-ce qu'une fois dans une démarche qui irait dans le sens des intérêts de l'événement ? Non. Pourtant il suffirait que le CNC accorde un visa spécial pour les films sélectionnés à Cannes pour ainsi rendre de son attractivité industrielle à la manifestation. Un visa qui, via le day-and-date, permettrait aux salles, pour 2 ou 3 films par an, de programmer des productions Netflix ou Amazon. De la même manière, puisque le conseil d'administration de Cannes a rejeté ces plateformes au profit de nos salles de cinéma, la FNCF ne pourrait-elle pas s'engager en retour à un soutien des œuvres sélectionnées, en dégagant un minimum d'écrans bien défini sur une période garantie de deux semaines ou trois ?

Cannes se met en danger en voulant protéger seul une idée du cinéma, qui devrait être celle de tout le métier. Protéger le Festival demande un courage politique. Le CNC ou les exploitants sont-ils prêts à le soutenir dans sa démarche ? Je l'espère, car autrement je ne vois pas ce qu'ils font aujourd'hui à son conseil d'administration. »



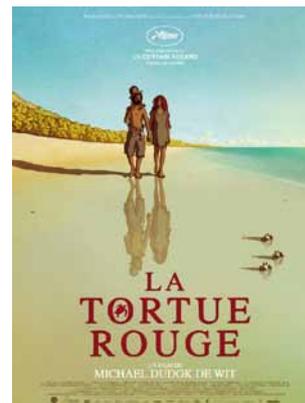
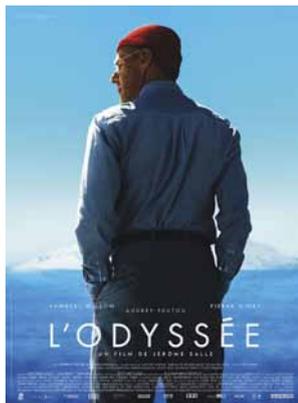
■ ■ ■ fait. Or ils représentent de moins en moins une rente, car les chaînes et surtout Canal se nourrissent de plus en plus de quoi ? De leur propre catalogue.

« C'est désespérant cette manière d'aller exclusivement dans le sens des intérêts des vendeurs de bonbons que sont les exploitants. A ce jeu-là, le CNC est devenu à nos yeux la Confédération nationale de la confiserie. »

Quelles préconisations faites-vous ?

VM : Une fois de plus, on veut que les droits soient rendus aux ayants droit, aux producteurs pour optimiser leur financement et trouver des solutions en fonction de la manière dont ils vendent leurs droits et organisent leurs fenêtres, aux distributeurs avec la possibilité de négocier la tenue de leurs films dans les salles contre un délai avant l'exploitation des autres droits. Ce pourquoi je suis pour les sorties day-and-date, c'est qu'aujourd'hui, en l'absence de respect des accords d'engagement CNC entre exploitants ou distributeurs, je veux récupérer mes droits et mes fenêtres pour les optimiser et rentabiliser mes frais de sortie sur les autres fenêtres. En l'absence d'achat par Canal+ de nos films, je veux pouvoir proposer la fenêtre pay TV quand je veux à qui je veux sans que quiconque ait pouvoir de vie ou de mort sur l'économie d'un film que j'aurais acheté pour le marché français. Et si les salles me garantissent de tenir mon film six semaines et Canal+ de l'acheter, qu'ils ne se fassent pas de soucis sur le pouvoir de négociation qu'ils détiennent, ils en seront récompensés !

J'aimerais aussi que parallèlement, on réduise la part du préfinancement dans un film, que les droits antenne ne fassent plus partie du calcul des obligations des chaînes comme en Espagne pour redonner aux résultats salles, et au risque, une légitimité ; et peut-être enfin redonner des films de cinéma au public



Wild Bunch figure dans le Top 5 des exportateurs de films français majoritaires en 2017 avec Grave, La Tortue rouge et L'odyssée. Source : UniFrance
Affiches © Wild Bunch Distribution

de cinéma et non des films financés par les chaînes et destinés aux chaînes. Et vous savez quoi ? Peut-être alors que les jeunes pourraient retrouver le plaisir de découvrir qu'un grand écran et un son 5.1, c'est mieux qu'une tablette, sans avoir à critiquer les plateformes VOD qui n'ont juste fait que proposer des programmes à toute une partie du public qui ne trouve plus son bonheur dans les salles, gavées de téléfilms générés par notre système de financement.

Il n'est pas normal, que depuis notre création il y a quinze ans, suivie par celle de Memento ou d'EuropaCorp, il n'y ait pas eu en France de nouvel acteur dans la distribution alors que le public n'a jamais autant consommé d'images. C'est bien qu'il y a un problème systémique, non ?

Et à l'étranger ?

VM : Aux Etats-Unis, on a vu la création de A24, de Cohen Media, de Neon. Toutes issues de l'économie de la distribution day-and-date... et qui maintenant n'hésitent pas à faire de la distribution traditionnelle. De la même manière, partout où la VOD day-and-date est permise, elle a recréé une économie pour les films indépendants et des territoires comme l'Asie, ou l'Amérique latine amènent leurs lots de nouveaux entrants (investisseurs, etc.) qui dynamisent la création.

Vous dites régulièrement ne pas vous sentir épaulés, protégés par le CNC. Expliquez-nous.

VM : Dans nombre de territoires où la

législation a évolué pour faciliter la diffusion des films via la VOD (la Chine, la Russie, l'Amérique du Sud), on a noté un accroissement de la fréquentation des salles. A quoi le CNC répond que le fait d'ouvrir la chronologie des médias en France reviendra à faire encore plus le jeu de Netflix, Amazon et consorts. Ce sont des faux prétextes. C'est désespérant cette manière d'aller exclusivement dans le sens des intérêts des vendeurs de bonbons que sont les exploitants. A ce jeu-là, le CNC est devenu à nos yeux la Confédération nationale de la confiserie. J'ai déjà mille fois fait la blague, mais elle reste hélas valable, jusqu'à nouvel ordre. Le CNC a pris le parti des gros contre les petits, distribuant l'aumône aux petits et protégeant l'économie des gros. Vous n'aurez aucun nouvel entrant tant que cette politique continuera ; et l'investissement privé ne viendra pas.

Vous êtes partisan de promouvoir en France le « day-and-date », qui, dans d'autres pays, permet à des productions modestes d'être visibles sur tous supports le jour même de leur sortie en salle.

VM : Bien sûr ! Mieux que ça : aux Etats-Unis le day-and-date a permis de redéfinir un modèle économique, synonyme de rentabilité pour les distributeurs de cinéma indépendant. Pendant ce temps, ça reste excessivement coûteux de distribuer un film indépendant en France quand il vous faut payer la pub pour avoir accès aux salles. En fait, la pression de l'exploitation sur la chaîne cinéma la déséquilibre totalement.

■ ■ ■

C'est-à-dire ?

VM : Il est acquis que le prix de copies d'un film a largement baissé depuis qu'on n'utilise plus de bobines, mais des fichiers numériques. Au début de la mutation technologique, les distributeurs ont contribué à la modernisation du parc des projecteurs. Or, bien que celle-ci soit désormais terminée, les exploitants continuent de nous la faire payer allègrement via les VPF (les frais de copie virtuelle) bien qu'ils aient licencié nombre de projectionnistes et donc baissé leurs frais de structure et augmenté les marges. Ajoutez à ça la publicité payante dans les salles, pour que le public vienne y consommer des bonbons dont la recette n'est pas partagée et vous comprenez pourquoi on doit trouver d'autres méthodes de distribution.

« Un certain nombre des exploitants est pris en otage par la FNCF. Un jour, ils seront conduits à la scission. »

D'où l'idée que si demain, nos films pouvaient sortir directement en ligne, conjointement à une sortie en salles, ce serait cohérent et sain pour l'activité des indépendants. Au lieu de quoi, le système préfère maintenir en l'état le monopole des salles, en nous accordant des « aides » qui sont en fait des miettes...

Que pensent les autres distributeurs de cette situation ?

VM : On échange peu parce que le métier de la distribution indépendante est presque mort. La plupart se sont diversifiés et d'autres métiers garantissent leur survie comme la production. Nos intérêts ne sont donc plus forcément alignés. Qui peut aujourd'hui s'attaquer à Canal+ alors que le financement de

ces films dépend de Canal+ ? Il y a donc ceux qui se diversifient comme nous et ceux qui passent à la prod. Mais la distribution indépendante comme seul métier est en voie d'extinction donc elle ne pèse pas dans les discussions.

En revanche, il y a un sujet sur lequel nous sommes tous d'accord même avec quelqu'un avec qui j'ai des idées opposées sur plein de sujets comme Jean Labadie (Le Pacte), c'est la lutte contre le piratage. Nous sommes prêts à renoncer à toutes les aides existantes et tous les combats si demain le ministère de la Culture et avec lui le CNC, décidaient de s'y attaquer comme cela a été fait en Allemagne. Ça, c'est un dossier prioritaire. Mais là encore, nous ne sentons pas de volonté politique, bien au contraire, nous sommes abandonnés et sacrifiés pour des raisons politiques de lâcheté et le gouvernement nous laisse nous faire piller sans vergogne, mettant ainsi des milliers d'emplois et d'énormes rentrées fiscales en danger pour des raisons démagogiques.

Que pensez-vous de Netflix ?

VM : J'ai grandi dans le culte de la salle de cinéma et pour autant, je pense qu'on ne doit pas imposer le vieux modèle aux jeunes générations s'ils trouvent leur compte sur des écrans mobiles. L'important, c'est que leur goût de la découverte reste intact. Mais je pense que Netflix est un modèle qui s'est nourri de nos échecs avant tout. Les films qu'ils financent, c'est parce que la distribution indépendante et traditionnelle ne le peut plus. Ce mode de consommation répond à des changements de comportement qu'il serait stupide de vouloir nier. Netflix est une réussite marketing forte, pourquoi lui vouloir du mal plutôt que de réfléchir à comment travailler avec et ce en quoi son modèle nous questionne.

Roma, d'Alfonso Cuarón, primé à Venise et acquis par Netflix, ne sera pas visible

sur grand écran. Ça ne vous contrarie pas ?

VM : Je rejoins Jean Labadie dans son côté nostalgique, et bien sûr que j'aimerais voir *Roma* en salles. Comme certains exploitants d'ailleurs. Je pense qu'un certain nombre d'entre eux est pris en otage par la FNCF et qu'un jour ils seront conduits à la scission. J'avais pu le vérifier en 2014 lorsque nous avions produit *Welcome to New York* d'Abel Ferrara. Près d'une centaine d'entre eux le voulaient pour l'exploitation salle. Je suis intimement convaincu que si *Roma* sortait en salle, malgré la facilité d'accès qu'offre Netflix, le film attirerait minimum 500 000 spectateurs dans nos salles. Or notre loi stupide va par exemple priver le circuit des cinémas d'art et d'essai, qui tire la langue toute l'année, de la possibilité de surfer sur un bel événement. Quoi qu'on en dise, Netflix fait une promo géniale au cinéma.

Vous aimez la provocation.

VM : On vit dans un système où les indépendants comme nous sont tributaires du bon vouloir des diffuseurs qui sont tous des groupes avec un pouvoir politique et économique sans aucune mesure avec le nôtre. Donc, pour essayer d'avoir une voix, on doit parfois sortir des conversations policées des puissants. Et donc, crier plus fort ou inventer d'autres moyens pour se faire entendre. Je considère être bien élevé mais je n'ai pas été élevé dans le langage du pouvoir ou selon les codes des puissants. Je ne parle ni le langage des ministères, ni celui du CNC, encore moins celui des institutions. Je crois encore aux barricades, aux joutes orales, aux débats, au fait de ne pas courber l'échine. Ma liberté est plus importante que tout, c'est ce qui fait que j'aime et défends les indépendants. Mais libre à vous d'appeler ça de la provocation... ■

Propos recueillis par Carlos Gomez



Les articles de ce magazine sont protégés par le droit d'auteur

Avant d'en faire des copies dans le cadre de votre activité professionnelle, assurez-vous qu'un contrat d'autorisation a été signé avec le CFC

www.cfcopies.com



Le dessin de la semaine

L'œil de Cyrille Berger



Vox'M

Parler spontanément et naturellement pour interagir avec un média plutôt que d'écrire sur les réseaux sociaux ? Interpeller sa radio, entendre sa voix à l'antenne, sans l'obstacle d'un standard submergé ou inexistant ? C'est possible avec Vox'M Radio, une application créée par une toute jeune start-up basée à Orléans, et qui a reçu le prix du service de l'année au dernier Salon de la radio à Paris.

Quand Bruno Seguin, cofondateur de Vox'M, entendait sa grand-mère répondre un sonore « Bonjour Michel », chaque dimanche au salut de Michel Drucker aux téléspectateurs, il lui disait : « Mais tu sais, il ne t'entend pas. »

« Entendre son public en temps réel », c'est la promesse que fait aux radios Vox'M Radio, et plus généralement « remettre la voix au cœur des interactions numériques à travers différentes applications ». C'est la logique de Vox'M, la société qu'il a fondée fin 2017 à Orléans, avec deux amis entrepreneurs et fans de radio comme lui. Bruno Seguin travaillait dans un centre de relations clients et il trouvait que les relations via les réseaux sociaux créaient de la déception. « Nous avons réfléchi pendant un an autour de l'idée de relations et d'interactions par la voix avant de créer la société », détaille Bruno Seguin.

Côté public, une application est disponible sur l'App Store ou le Play Store de Google. En choisissant une radio abonnée Vox'M, on peut l'écouter en direct, et réagir à tout moment, simplement en touchant l'icône d'un micro qui lance l'enregistrement de la réponse à une question, un jeu ou un quiz posés par l'animateur à l'antenne. Pas d'inscription nécessaire pour l'auditeur, juste un pseudo ou un nom à choisir : à ce stade, Vox'M Radio ne recueille aucune donnée personnelle. L'intervention peut ainsi rester anonyme.

Des échanges plus simples et plus naturels avec sa radio

Pour des réactions en direct, l'intermédiaire de l'enregistrement dans l'application est moins intimidant qu'un passage à l'antenne avec un animateur. Et c'est une solution adaptée pour des petites radios qui n'ont pas le personnel pour tenir un standard et trier les



Franck Lecoq et Bruno Seguin, deux des trois associés et cofondateurs de Vox'M.

appels, mais aussi pour des grandes radios souvent très difficiles à joindre, du fait des flots d'appels dans les émissions où l'interaction est permise. « Notre technologie nous permet de

traiter plus d'un million d'échanges en moins d'une minute », assure la société.

A l'autre bout, la radio, à partir de l'interface de pilotage de Vox'M ■■■

■ ■ ■ Radio, reçoit le message, à la fois sous forme de transcription écrite et de son, et choisit, manuellement ou systématiquement, de le diffuser. En amont, elle peut préparer des moments interactifs dans ses émissions – messages, questions libres, à choix multiples, demandes d’avis ou de témoignages, etc. – ou les ajouter en direct dans l’émission. Elle peut tester des pilotes d’émissions et des interactions, en réservant l’accès à quelques testeurs via un code. A tout moment, elle peut savoir combien d’utilisateurs sont connectés.

Les fonctionnalités de Vox’M Radio peuvent aussi être fournies en marque blanche à une radio pour compléter son application déjà existante ou s’intégrer au code de programmation lui-même de l’application de la radio.

Moins de trois mois après sa création, Vox’M Radio a reçu en janvier 2018

le grand prix du service de l’année au Salon de la radio à la porte de La Villette, « une surprise pour ses fondateurs qui découvraient encore le monde des radios, mais une preuve de reconnaissance de l’intérêt de leur offre », témoigne Bruno Seguin.

Application gérée par Vox’M Radio ou en marque blanche

Actuellement, trois radios locales – Radio Arc en Ciel à Orléans, RMN à Châlons-en-Champagne et Les Muses de Paris – utilisent Vox’M, pour l’instant comme un simple répondeur qui recueille en permanence les commentaires des auditeurs qui peuvent être diffusés à l’antenne. Dans quelques jours, MTI, une radio ardéchoise va la tester pour ses premières émissions interactives. Le Studio Ecole de France, le centre de formation aux métiers de la radio, aussi.

Repères

Création : novembre 2017.

Cofondateurs et associés : Franck Lecoq (président), Bruno Seguin (commercial), Luis Belnard-Letellier (informatique).

Siège : Lab’O Orléans.

Effectif permanent : 2.

Activité : développement d’une application et d’une plateforme qui permet aux auditeurs d’une radio d’interagir en direct par la voix, en adressant leur message via l’application.

Modèle économique : abonnement de 20 à 70 €/mois selon le volume d’interactions.

CA : non communiqué.

Des premiers contacts ont été pris avec Radio France. « Nous sommes aussi en discussion avec des radios thématiques à l’étranger, et nous faisons des démonstrations à toutes les fédérations de radios, région par région », détaille Bruno Seguin.

Si la radio est le principal axe de développement de Vox’M, son application se prête aux interactions autour d’une émission télévisée, ou d’événements en live. Ce fut le cas en avril, lors des 3^{es} Voix d’Orléans, des rencontres publiques autour de grands thèmes comme « le progrès » en 2018. Le public a pu s’exprimer via l’application Vox’M, en amont et en aval des rencontres et un « livre vocal » a été produit.

Autre axe de développement de la start-up, hébergée dans l’incubateur Lab’O à Orléans, le lancement d’une gamme de produits à destination des artisans et PME, par exemple pour faciliter les relations entre entreprises clientes et fournisseurs, dans un univers où l’échange vocal est souvent plus naturel que le passage par l’ordinateur.

Jusqu’ici, la jeune pousse s’est financée sur les apports personnels de ses fondateurs. Elle espère atteindre l’équilibre d’ici un an. ■

Isabelle Repiton



Vox’M Radio a reçu en janvier 2018 le grand prix du service de l’année au Salon de la radio à la porte de La Villette.

Quotidien

Talk-show

Chaque semaine, nous analysons l'historique et l'évolution des audiences d'un programme qui revient à l'antenne pour une nouvelle saison.



Chaîne : TMC.

Production : Bangumi (Yann Barthès et Laurent Bon).

Genre : émission d'actualité.

Première diffusion : 12 septembre 2016.

Présentation : Yann Barthès.

Journalistes : Azzeddine Ahmed-Chaouch, Salhia Brakhlia, Lilia Hassaine, Paul Larrourou, Valentine Oberti, Martin Weill.

Chroniqueurs : Julien Bellver, Etienne Carbonnier, Marc Beaugé, Willy Papa.

Humoristes : Vincent Dedienne, Eric

et Quentin, Jonathan Lambert, Nora Hamzawi, Pablo Mira, Matthieu Noël, Alex Ramirès, Alison Wheeler.

Nombre de saisons : 3.

Jour et heure de diffusion : l'émission est diffusée du lundi au vendredi de 19h25 à 21h05. Elle est découpée en deux parties, une première de 19h25 à 20h05 et une seconde de 20h10 à 21h05. La troisième saison a démarré le lundi 3 septembre 2018.

Durée : environ 100 minutes.

Lancement de saison 1^{re} partie

	2016	2017	2018
Date	12-09-16	04-09-17	03-09-18
Nb de téléspect.	1 071 000	875 000	834 000
Pda 4+ (%)	6,7	4,6	4,7
Pda 25-49 ans (%)	11,5	7,6	8,3
Pda CSP+ (%)	14,2	9,5	9,3

Lancement de saison 2^e partie

	2016	2017	2018
Date	12-09-16	04-09-17	03-09-18
Nb de téléspect.	1 361 000	1 558 000	1 443 000
Pda 4+ (%)	6,6	6,4	6,3
Pda 25-49 ans (%)	12,2	11,3	11,0
Pda CSP+ (%)	13,9	12,2	12,8



Le 12 septembre 2016, l'audience du lancement de *Quotidien* répond très largement aux attentes de la chaîne, les deux parties dépassant allègrement le million de téléspectateurs et les 10 % de pda sur les cibles les plus recherchées par TMC. Un an plus tard, le démarrage de la saison 2 perd en puissance en première partie, mais s'installe définitivement comme un rendez-vous incontournable en seconde partie à partir de 20h10, réunissant plus d'1,5 million de personnes, avec 6,4 % de pda sur la cible élargie, 11,3 % sur les 25-49 ans et 12,2 % sur les CSP+. Le lancement de la troisième saison confirme les excellents résultats du talk-show, et ce, sur les deux parties.

Moyenne de saison 1^{re} partie (19h25-20h05)

	2016-2017	2017-2018	2018 (en cours)
Nb de téléspect.	731 000	714 000	785 000
Pda 4+ (%)	4,0	3,7	4,3
Pda 25-49 ans (%)	7,1	6,5	7,5
Pda CSP+ (%)	8,8	7,6	9,2

Si elle a légèrement perdu de sa puissance entre la saison 1 (à 731 000 téléspectateurs en moyenne) et la saison 2 (à 714 000), la première partie de l'émission de Yann Barthès démarre la saison 3 avec panache. Depuis un mois qu'elle est à l'antenne, elle rassemble 785 000 individus (+71 000 sur la moyenne de la saison 2, soit une hausse de 10 %), à 4,3 % de pda sur la cible élargie (+0,6 point), 7,5 % sur les 25-49 ans (+1 point, soit une progression de 15 %) et 9,2 % sur les CSP+ (+1,6 point et 21 % de hausse).

Moyenne de saison 2^e partie (20h10-21h15)

	2016-2017	2017-2018	2018 (en cours)
Nb de téléspect.	1 277 000	1 275 000	1 264 000
Pda 4+ (%)	5,4	5,4	5,7
Pda 25-49 ans (%)	9,7	9,7	10,4
Pda CSP+ (%)	11,6	11,1	11,6

Avec une moyenne, en nombre de téléspectateurs, sensiblement équivalente à celles des années précédentes (1 264 000), le talk-show s'impose chaque soir depuis la rentrée devant son concurrent direct de C8, *Touche pas à mon poste !*, présenté par Cyril Hanouna (1 132 000 téléspectateurs, 5 % de pda sur l'ensemble du public et 8,9 % sur les 25-49 ans). En pda, l'émission de Yann Barthès réalise sur ces quatre premières semaines de diffusion des scores au-dessus des moyennes des années précédentes, à 5,7 % de pda sur les 4 ans et plus, 10,4 % sur les 25-49 ans et 11,6 % sur les CSP+.

Nina, saison 4

Fiction

La saison 4 raconte les nouvelles aventures de Nina, infirmière dans un hôpital, qui, ayant perdu son père, navigue entre drame familial et secrets de famille.

Fiche technique

Durée : 10 x 52 min.

Producteur : Barjac Production.

Productrice déléguée : Laurence Bachman.

Diffuseur : France 2.

Format : HD.

Budget : 7 531 156 €.

Tournage : du 2 octobre 2017 au 20 février 2018.

Diffusion : la saison 4 est diffusée chaque mercredi à 21h du 3 au 31 octobre 2018.

Scénaristes : Alain Robillard, Thalia Rebinsky, France Corbet, Maïa Muller, Sophia Perie, Eliane Vigneron, Aude Marcle.

Réalisateurs : Eric Le Roux, Jérôme Portheault, Hervé Brami.

Interprètes : Annelise Hesme, Thomas Jouannet, Nina Mélo, Grégoire Bonnet, Muriel Combeau, Alix Benezech, Clément Moreau, Farid Elouardi, Stéphane Fourreau, Marie-Christine Adam, Ambroise Michel, Véronique Viel, Julien Boisselier, Sauce Ena, Christian Vadim, Baptiste Carrion-Weiss.

Plan de financement (en euros)

France Télévisions (part antenne)	5 835 000
CNC (Cosip)	1 111 500
Apport producteur (Barjac Production)	584 656
Total	7 531 156



Photo © Remy Grandroques

Répartition des dépenses par poste

	€	%
Droits artistiques et concept	648 466	8,6
Personnel	1 672 751	22,2
Interprétation	1 145 982	15,2
Charges sociales et fiscales	1 387 080	18,4
Décors, costumes	409 900	5,4
Transports, défraiements, régie	384 793	5,1
Tournage	690 605	9,2
Postproduction, consommables, laboratoires	76 740	1,0
Assurances et divers	102 916	1,4
Frais financiers	60 000	0,8
Frais généraux	651 923	8,7
Rémunération producteur	300 000	4,0
Total	7 531 156	100

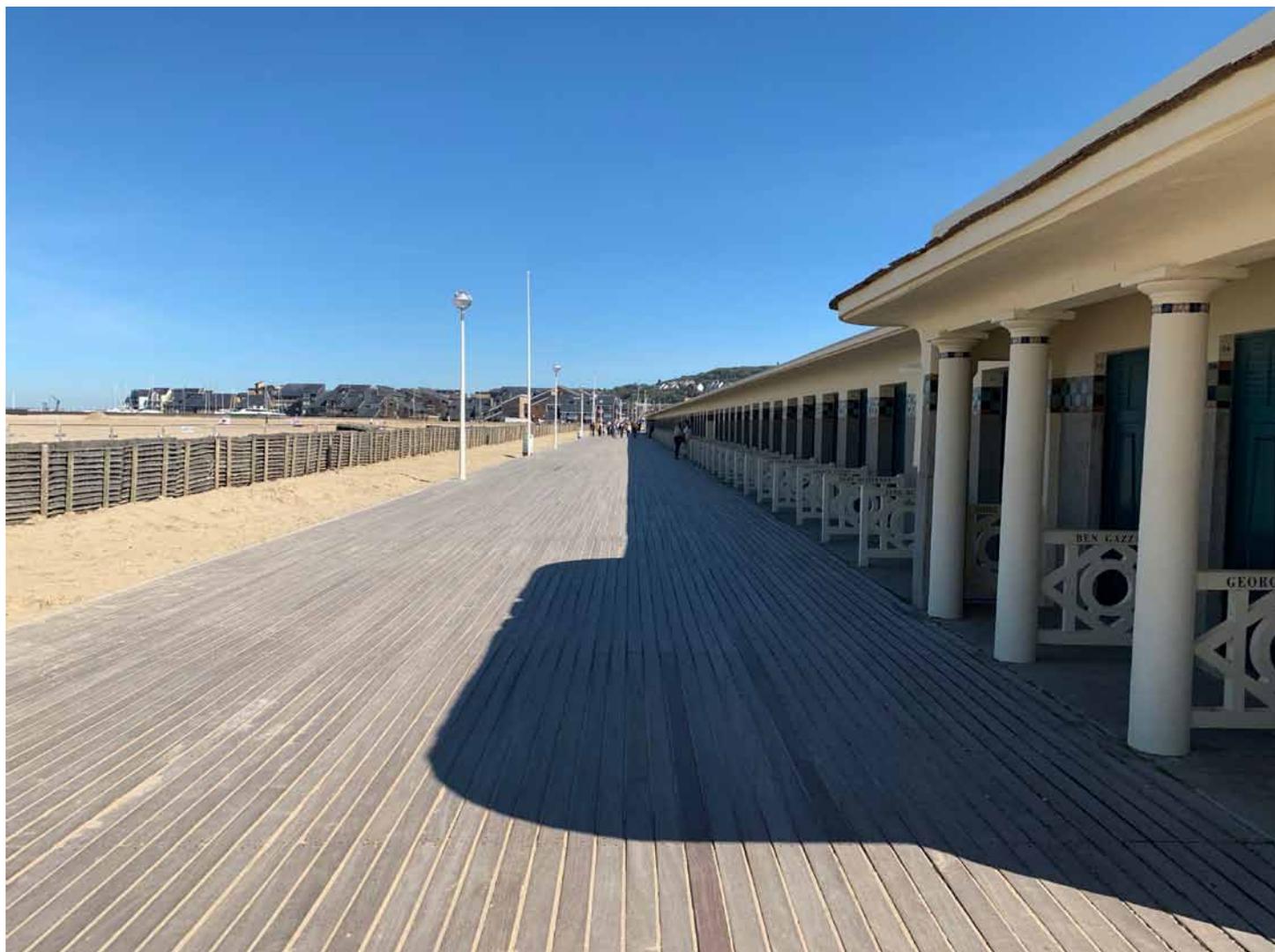
Rubrique réalisée pour Satellifax Magazine par **CLAIR de LUNE**

Congrès de la FNCF :

demandez les images

Du 24 au 27 septembre s'est tenu à Deauville le 73^e congrès de la Fédération nationale des cinémas français, réunissant pour leur grand événement annuel, de nombreux exploitants.

Textes et photos : Joël Wirsztel



C'est à Deauville que les congressistes ont planché.

La première soirée (lundi) était consacrée à quatre avant-premières : *Une intime conviction* d'Antoine Raimbault (Memento Films, *Kursk* de Thomas Vinterberg (EuropaCorp Distribution), *Les Chatouilles* d'Andréa Bescond et Eric Métayer (UGC Distribution) et *First Man - Le premier homme sur la Lune* de Damien Chazelle (Universal Pictures International France).

Mardi, dans la journée ce sont essentiellement les réunions des Commissions de branche et un forum de discussion et d'échanges avec le bureau de la FNCF, tandis que s'ouvre une exposition de prestataires et fournisseurs des salles. Le soir a été projeté en avant-première le film *Lola et ses frères* de Jean-Paul Rouve (UGC Distribution).

La matinée de mercredi a été consacrée à un grand débat sur le piratage dont nous avons rendu compte (notre édition du 26 septembre). Modéré par Isabelle Giordano, il réunissait Aurore Bergé (Députée LREM, coprésidente du groupe « Cinéma » de l'Assemblée nationale), Carlo d'Asaro Biondo (Président EMEA ■■■)

■■■ Partnerships - Google Inc.), Frédéric Delacroix (délégué général - Alpa), Victor Hadida (président - FNDF), Laura Houlgatte (CEO - UNIC), Denis Rapone (président - Hadopi), Pascal Rogard (directeur général - SACD), Maxime Saada (président du directoire - Groupe Canal+), Nicolas Seydoux (président - Alpa).

L'après-midi de mercredi était consacré au débat des exploitants avec les pouvoirs publics (notre édition du 25 septembre), tandis qu'un hommage était fait à Michel Ocelot (*Kirikou et la Sorcière*, entre autres œuvres), suivi par une soirée de gala. Enfin, la journée du 27 septembre fut la grande journée Distributeurs, avec la projection

devant quelque 1400 personnes de 253 bandes-annonces en provenance de 27 sociétés de distribution.

Dans cette édition, nous évoquons en photos la journée de mercredi. Nous reviendrons dans une prochaine édition sur la journée Distributeurs. ■



Avec un ciel qui a eu le bon goût d'être d'un bleu parfait tout au long du congrès.



Pour parler de piratage, c'est par ici.

Présentation du débat par le président de la FNCF, Richard Patry.



Introduction et présentation de chiffres par Frédéric Delacroix et ..



...Laura Houlgatte.



Là, ils sont encore tous souriants. Avant que les débatteurs les plus éloignés (Rogard et d'Asaro Biondo, SACD et Google, ne s'écharpent !



Une salle attentive.



Aurore Bergé pour LREM.



Pascal Rogard pour la SACD.



Maxime Saada pour Canal.



Carlo d'Asaro Biondo pour Google.



Victor Hadida pour la FNDF, fédération des distributeurs.



Denis Rapone pour la Hadopi.



Laurence Tison Vuillaume, pour le ministère de la Culture.



Nicolas Seydoux sans notes (évidemment !) pour l'Alpa.



Dans les couloirs, des gens de télé : Canal, OCS, SACD, CNC.

L'expo.



Richard Patry pour introduire le débat de l'après-midi avec les pouvoirs publics.





Marc-Olivier Sebbag, Richard Patry, Frédérique Bredin, Christophe Tardieu, Xavier Lardoux.



Après les débats, remise du prix de la salle innovante au Ciné Manivel à Redon.



La soirée débute par un hommage à Michel Ocelot.



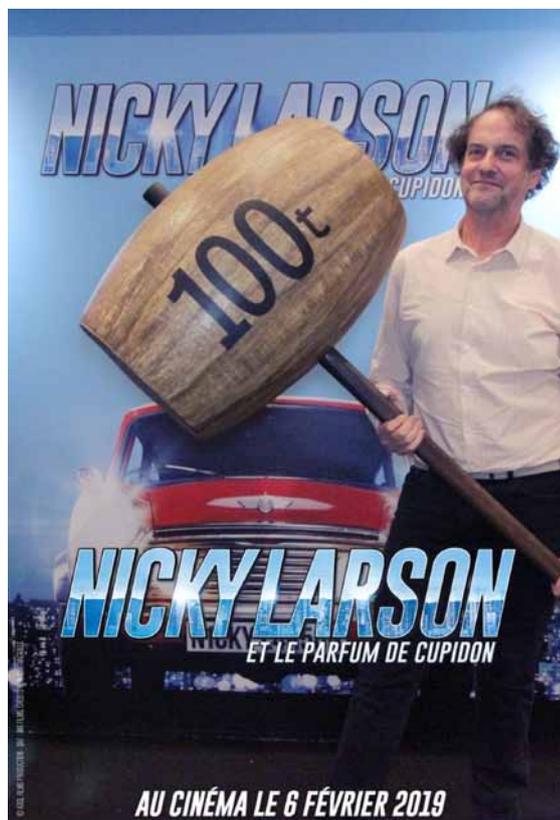
Michel Ocelot est ovationné par une salle debout.



Soirée de gala



Pendant la soirée de gala, un magnifique feu d'artifice tiré sur la plage de Deauville.



Gong de fin de journée !