

Satellifax Magazine

Entretiens et décryptages

N°03 / 5111 - Vendredi 2 février 2018

p 01/29

Dossier

Les fonds d'investissement et l'audiovisuel :
une histoire d'amour et de raison



Focus sur un producteur p 18
TS Productions
(Miléna Poylo et Gilles Sacuto)

Plan de financement p 24
Persona, le film qui a sauvé Ingmar Bergman - Camera Lucida Prod. / Arte

Plan marketing et de sortie p 20
Gaspard va au mariage,
d'Antony Cordier, Pyramide, 31 janvier

Formats p 26
Op Goed Geluk
Endemol Shine Studios / RTL 4

p 07

Interview

Jocelyn Bouysey :

2018, année de « digestion » pour CGR,
plus grand exploitant de France



Entreprise

CinéPool (Thomas Charier) :

un petit Poucet parmi les exploitants de
salles



Entreprise

Les Affranchis :

un studio d'animation pour dynamiser la
production 2D en Occitanie



Zoom Programme p 22
The Voice
Shine France, ITV Studios France / TF1

Last but not least p 27
Netflix : Altered Carbon,
une série emballante

Jocelyn Bouyssy :

2018, année de « digestion » pour CGR, plus grand exploitant de France

Après avoir marqué les esprits en 2017 en faisant l'acquisition de Cap'Cinéma et en devenant ainsi le circuit le plus important en termes de complexes, l'heure est désormais à l'intégration de ces nouveaux actifs pour le Groupe CGR. Son directeur général, Jocelyn Bouyssy, n'entend toutefois pas rester inactif en 2018. Au programme pour le groupe, rénovation de ses salles et déploiement de la salle ICE, produit 100 % rochelais et qui rencontre un succès important.



Jocelyn Bouyssy, directeur général du réseau de salles CGR
Photo © CGR

Satellifax Magazine : Quel bilan faites-vous de l'année 2017 pour le groupe CGR ?

Jocelyn Bouyssy : 2017 a été une année charnière à tous les niveaux pour le groupe. Le déploiement de la salle ICE, que nous avons créée en décembre 2016, a été une vraie réussite. Il s'agissait d'un véritable pari. Tout a été développé depuis La Rochelle. Le procédé LightVibes® nous a permis d'en faire une salle originale avec un format différent. En moins d'un an, nous recensons 15 salles ICE, c'est un véritable plébiscite. Les salles

sont complètes une grande partie du temps. Le succès de ces salles premium a dépassé nos espérances.

Outre cette innovation, vous vous êtes également illustrés en acquérant le circuit Cap'Cinéma et en devenant ainsi le plus grand circuit de France.

JB : L'achat du circuit Cap'Cinéma nous permet d'augmenter la fréquentation dans nos salles de 25 %. Ce n'est pas une opération neutre. Il va falloir digérer cette acquisition en 2018. Nos équipes sont en train de changer toute la base

informatique pour la billetterie. Avoir à gérer 73 salles est une responsabilité considérable. En plus de ce rachat, nous avons ouvert quatre nouveaux multiplexes à Clermont-Ferrand, Abbeville, Sarcelles, Villefranche et racheté un cinéma à Beauvais. Nous investissons beaucoup dans « la salle ». 2017 a été également l'occasion de nous lancer dans la distribution avec notre partenariat avec Apollo Films. Nous avons vraiment pris des risques cette année que nous n'avions pas pris depuis longtemps. ■ ■ ■

Quid de 2018 ?

JB : Elle sera moins dense. Nous allons tout de même avoir des ouvertures et des rénovations de salles. Dès février, notre cinéma à Troyes aura quatre salles supplémentaires, dont une salle ICE. Nous avons également l'ouverture d'un complexe à Manosque, l'agrandissement du cinéma de Tours 2 Lions avec une salle ICE pour compléter les 12 salles existantes et la construction du cinéma de Nanterre. Nous souhaitons poursuivre notre rythme de rénovation de 4 à 6 cinémas par an. CGR va également accentuer la rénovation des salles Cap'Cinéma. Les sites de Paris, Montauban, Carcassonne et Périgueux vont être très rapidement rénovés. Nous avons racheté Cap'Cinéma, ils doivent maintenant devenir de véritables cinémas CGR.

L'année 2017 a été également marquée par la publication d'une mission publique demandant la non-reconduction des contributions des distributeurs aux salles. Quel regard portez-vous sur ce rapport ?

JB : La contribution des distributeurs ne peut pas s'arrêter comme cela. Lors de la numérisation des salles, nous ne connaissions pas la durée de vie des projecteurs. J'ai aujourd'hui 300 appareils numériques de série 1 dont la luminosité ne cesse de décroître. Mon directeur technique est catégorique, d'ici deux ans, tous devront être remplacés. Cela représente un investissement de



Les 73 complexes de CGR Cinémas en 2017 pour plus de 650 écrans

15 millions d'euros. Le passage au numérique nous a permis de faire des économies, mais il représente également des coûts d'entretien très élevés. Le renouvellement du parc doit concerner l'ensemble de l'industrie, car le numérique bénéficie aussi aux distributeurs. Après, je comprendrais tout à fait que les conditions de contribution ne soient plus les mêmes qu'il y a dix ans. Mais tout arrêter serait extrêmement dangereux. Ce problème concerne tout le monde, la petite comme la grande exploitation.

Il ne s'agit pas de trouver une nouvelle source de profit, mais bien d'anticiper une problématique évidente. Quand je crée une salle ICE, cela me coûte aujourd'hui entre 800 000 € et 1 M€. J'estime qu'il s'agit de mon travail et je ne demande rien à personne.

2017 correspond également aux nouveaux engagements de programmation des salles. Quel premier bilan en faites-vous ?

JBV : Aujourd'hui, nous ne pouvons

encore tirer de véritables bilans. Depuis l'instauration de ces engagements, nous les avons toujours respectés. Je trouve en revanche quelque peu irritant de voir à chaque nouvelle signature de ces engagements, un accroissement systématique des objectifs. Notre ADN est de défendre la diversité et la pluralité des films, et nous pouvons le faire tout en gardant notre liberté d'entreprendre. Depuis toujours, nous conservons les films en deuxième semaine quand ils sont pourvus des échecs. Nous n'avons pas attendu que cela prenne la forme d'un engagement. On nous reproche de ne pas assez diffuser de films Art et essai et quand on en projette, on nous reproche de faire de la concurrence à l'exploitant indépendant concurrent dont ce serait la ligne éditoriale. C'est un vrai cercle vicieux !

Il ne faut pas aller trop loin ; que les engagements de programmation ne se transforment pas en contraintes d'exploitation. ■

Propos recueillis par Florian Krieg



CinéPool (Thomas Charier) :

un petit Poucet parmi les exploitants de salles

Avec son appli d'achat groupé de places de cinéma, Thomas Charier est ambitieux. Le trentenaire entend « améliorer l'expérience cinéma », en particulier en réduisant le coût unitaire de l'entrée dans la salle. Gaumont-Pathé et UGC sont vent debout alors que les réseaux régionaux semblent réserver un meilleur accueil à l'initiative. Explications avec le fondateur de CinéPool.



Cinépool, qui se présente comme le « BlaBlaCar du cinéma », est détenu par ses cinq fondateurs : Thomas Charier, Julien Londeix (ancien de Deezer), Camille Tolsa (D2SI), Stéphane Laugier (ancien directeur général adjoint des Inrocks) et Alexandre Croiseaux (ex-Deezer, aujourd'hui chez Facebook).

La société existe depuis un an mais elle est en butte à de grandes difficultés. CinéPool, lancée par le trentenaire Thomas Charier, ancien de Deezer, emprunte pourtant aux codes, en vogue, de la consommation collaborative. Son application permet de mettre en relation des spectateurs qui souhaitent aller au cinéma au même moment pour effectuer un achat groupé de places et bénéficier ainsi de meilleurs tarifs. Vous indiquez votre souhait d'aller voir tel film

à telle séance et, dès cinq personnes inscrites sur la même séance, l'appli vous alerte. Il reste à vous rendre au cinéma : soit vous achetez une carte cinq places avec les autres utilisateurs pour en diviser le prix, soit vous vous présentez en caisse et demandez à bénéficier du tarif réduit négocié par CinéPool.

« L'idée m'est venue en sortant d'une salle de cinéma. J'avais vu un film pas terrible et l'entrée m'avait coûté le prix

d'une place de cinéma à Paris, soit près de 12 euros... Et puis, à l'aube de la trentaine, je me suis aperçu que mes amis, en couple et/ou avec des enfants, étaient moins disponibles pour aller au cinéma. Or je n'aime pas aller voir un film tout seul. Bref, je me suis dit qu'on utilisait bien BlaBlaCar pour partager les frais de transport et ne pas voyager seul. Pourquoi ne pas imiter le modèle pour le cinéma ? », explique Thomas Charier. Pour l'entrepreneur, ■ ■ ■

■ ■ ■ l'idée est claire : on diminue le coût de la place et on « améliore l'expérience cinéma ». La réunion d'intérêts de cinéphiles autour d'une même séance doit permettre, dans l'esprit du fondateur de CinéPool, de faire revenir en salles des consommateurs occasionnels, de moins en moins nombreux. L'initiative doit également permettre de rajeunir la moyenne d'âge¹.

« On utilise bien BlaBlaCar pour partager les frais de transport et ne pas voyager seul. Pourquoi ne pas imiter le modèle pour le cinéma ? »

Avec des amis développeurs, dont Julien Londeix et Camille Tolsa, associés au capital comme les autres cofondateurs², il développe l'appli sur son temps personnel et sans autre investissement que le temps de chacun. CinéPool s'appuie à l'origine sur la commercialisation de packs de cinq places par les grands acteurs de l'exploitation cinématographique : UGC d'un côté, Gaumont-Pathé de l'autre. « On s'est lancés seuls, sans aller les voir », reconnaît Thomas Charier. La réaction ne se fera pas attendre : CinéPool arrive dans les stores le 29 mars 2017. Les deux circuits envoient leurs avocats quinze jours plus tard. Gaumont-Pathé, en particulier, met en demeure l'entrepreneur de supprimer toute « référence aux données relatives aux séances des cinémas Gaumont-Pathé » avec l'idée que l'offre développée constituerait du « parasitisme d'une part, de la concurrence déloyale d'autre part ». Du côté d'UGC, on rappelle que la revente de tout ou partie des places de cinéma est interdite, ce que suppose l'achat d'une carte par un des utilisateurs de CinéPool pour les autres. La société éditrice de l'application est donc mise en demeure de

Thomas Charier, 31 ans : les agences média et la SVOD

Né 1986, Thomas Charier est titulaire d'un BTS d'audiovisuel (2007) et est diplômé de l'Institut de l'internet et du multimédia (2012). Il débute en 2010 comme assistant chef de projet au sein de l'agence de design graphique Base Design, à New York. Il passe ensuite huit mois comme chef de projet digital chez Touaregs, agence de marketing interactif, à Paris, avant d'occuper le même poste, de nouveau à New York, chez Four32C. En septembre 2012, Thomas Charier intègre Le Hub, agence média où il passe 15 mois comme chef de projet international. Puis il bascule chez Deezer en tant que chef de projet Studio. Il officie ensuite chez Medici.tv, plate-forme de SVOD dédiée à la musique classique créée par Hervé Boissière. En février 2017, il quitte ses fonctions et lance CinéPool, application d'achat groupé de places de cinéma.

cesser de se « rendre complice d'une violation des CGV d'UGC Ciné Cité ».

« On s'y attendait et on a cherché à discuter », plaide Thomas Charier. « Gaumont-Pathé nous a même reçus deux fois ». L'entrepreneur milite en faveur de l'intérêt, à long terme, pour les réseaux d'exploitation de faire revenir des consommateurs occasionnels dans les salles même s'il faut concéder une réduction du coût de la place dans un premier temps. En vain. Gaumont-Pathé ne donne pas suite et change ses conditions générales d'utilisation des cartes 5 places pendant l'été : il n'est désormais plus possible d'utiliser plus de trois places d'une même carte pour une même séance. UGC n'a pas reçu pas les fondateurs de CinéPool, mais n'a pas non plus révisé les conditions d'utilisation de la carte. Les salles du circuit sont d'ailleurs toujours accessibles via l'application³.

« Les cartes 5 places, on va s'en éloigner. Nous sommes désormais davantage sur de l'achat groupé »

Très vite, Thomas Charier s'engage dans une tournée nationale pour négocier des accords avec des réseaux de salles en régions. « Les cartes 5 places, on va s'en éloigner. Nous sommes désormais davantage sur de l'achat groupé », explique l'entrepreneur, qui négocie avec les exploitants qui l'acceptent



Thomas Charier, à l'origine de l'appli CinéPool, entend renouveler et améliorer « l'expérience cinéma ».

un prix réduit dès que des spectateurs se présentent par groupe au nom de CinéPool. En septembre, Thomas Charier signe avec le groupe CinéAlpes présent en Auvergne⁴. A Bordeaux, le Megarama adhère également à la démarche, tout comme des exploitants lyonnais plus récemment. Aujourd'hui, CinéPool compte 30 salles partenaires.

Du côté de CGR et de ses 80 salles de cinéma en régions, on se refuse à tout commentaire à ce stade. Le circuit n'est pas impacté et Thomas Charier n'a pas cherché à négocier avec ses représentants.

CinéPool reste, à ce stade, une aventure sans modèle économique : ■ ■ ■

⁴ Ciné Jaude, Ciné Capitole, Ciné Dôme à Clermont-Ferrand et Aubièrre (Puy-de-Dôme).

¹ En décembre 2017, l'âge moyen des spectateurs de cinéma est de 35 ans (source [Cinexpert](#), CNC).

² [Stéphane Laugier](#), ancien directeur général adjoint des *Inrocks*, aujourd'hui consultant, et [Alexandre Croiseaux](#), ancien de Deezer, passé par Molotov, et aujourd'hui chez Facebook. [Julien Londeix](#) est quant à lui toujours en fonction chez Deezer. [Camille Tolsa](#) travaille comme ingénieur cloud chez D2SI.

³ Constatation au 30/01/2018.

■■■ l'appli ne se rémunère à aucun moment de la transaction entre l'exploitant et les spectateurs. Et Thomas Charier ne croit pas à un modèle publicitaire : « Je ne crois plus du tout à la pub, l'expérience utilisateur a été pourrie. Le modèle économique viendra après : on a beaucoup de potentiel. L'enjeu, pour le moment, est de fédérer des communautés. » En suivant les envies des spectateurs, leur localisation, les éventuelles interactions entre eux et leur utilisation générale de l'appli, CinéPool pourrait miser sur les données issues du comportement de ses utilisateurs. A moyen ou long terme. Thomas Charier préfère se concentrer sur l'appli, téléchargée jusqu'à présent 12 000 fois, pour moitié dans l'Apple Store, pour autre moitié dans le Play Store. Le public est essentiellement urbain, mixte et âgé d'une trentaine d'années en moyenne. « On a doublé l'usage », affiche l'entrepreneur qui prend pour indice de mesure le fait,

pour un utilisateur, de revenir plusieurs fois sur l'appli dans les 30 jours qui suivent le téléchargement. « L'appli est téléchargée entre 50 et 100 fois chaque jour, sans le moindre euro dépensé en communication », se félicite-t-il, tout en ne communiquant pas sur le nombre d'achats

En dépit des difficultés rencontrées avec les grands circuits nationaux, Thomas Charier entend bien continuer à développer CinéPool. La dernière mise à jour a intégré la possibilité de visionner les bandes-annonces des films. La prochaine proposera notamment un profil d'utilisateur qui permettra de référencer ses salles de cinéma préférées. L'entrepreneur envisage même de lever des fonds, probablement entre 2018 et 2019 : « Le montant sera défini à ce moment-là. Pour l'instant, nous finançons nous-mêmes notre développement. »



Bref, les relations quasi contentieuses avec Gaumont-Pathé ne refroidissent pas le trentenaire qui a d'ailleurs lancé [une pétition sur Change.org](#)⁵, clairement à charge contre Gaumont-Pathé et UGC. Le texte, adressé à Jérôme Seydoux, ancien président de Pathé, et Alain Sussfeld, président d'UGC, se veut un « moyen d'échanger », pour Thomas Charier. Pas sûr que les destinataires le perçoivent ainsi... ■

Anne-Sophie Filhoulaud

⁵ Qui comptait 734 signatures au 01/02/2018.

**TOUS LES MERCREDIS
ET VENDREDIS À 22H30**

LA NOUVELLE CASE ESPORT

SUR **AB1**

CHÂNE
AB
GROUP

**AB GROUPE diffuseur TV EXCLUSIF EN FRANCE
DES PLUS GRANDES FRANCHISES ESPORT D'ACTIVISION BLIZZARD.**

Les fonds d'investissement et l'audiovisuel :

une histoire d'amour et de raison

Ils sont de plus en plus nombreux à compter un ou plusieurs fonds d'investissement au capital de leur société. Pascal Breton (Federation Entertainment), Pierre Sissmann et Dominique Bourse (Cyber Group Studios), Philippe Chazal (La Fabrique des formats), Matthieu Viala (Makever), Laurant Weill (Sync)... En faisant ce choix, ces entrepreneurs ont trouvé des interlocuteurs sensibles à leur démarche. Pour des gestionnaires de fonds, l'audiovisuel offre des promesses de croissance dont le financement peut s'avérer rémunérateur. Antoine Bodet (Alliance Entreprendre) et Bertrand Folliet (Entrepreneur Venture) en sont convaincus. Retours d'expériences et témoignages.

(Article déjà publié dans Satellimag n°306 du 25 décembre 2017, à destination ici des lecteurs de Satellifax Magazine)



Photo © weyo

Lever des fonds ? La démarche n'est pas la plus naturelle qui soit dans l'économie traditionnelle de l'audiovisuel. Le recours à des investisseurs semble, dans l'imaginaire collectif, réservé à des start-up ou à des secteurs à forte croissance. Pourtant, on compte un nombre de plus en plus important de sociétés de production ou éditrices de services associés qui se sont engagées dans cette démarche : l'ouverture du capital à des fonds d'investissement. Encore faut-il savoir séduire ses interlocuteurs

Le regard des gestionnaires de fonds sur l'audiovisuel a largement évolué ces dernières années. Aux yeux des investisseurs traditionnels, les médias ont longtemps été considérés comme le domaine réservé de généreux mécènes. Vu de loin, le secteur apparaît comme un marché très subventionné. « Or il n'y a rien de plus insécurisant, pour un fonds, que l'intervention publique. En plus, c'est un métier de spécialistes, avec un aléa très fort sur le succès ou non de tel ou tel contenu », témoigne

un professionnel du secteur, passé par trois sociétés d'investissement.

Pourtant, certains – et ils sont de plus en plus nombreux – sont allés au-delà de cette première appréhension. Dans les années quatre-vingt-dix, seule Part'Com, filiale de la Caisse des dépôts (CDC), investit massivement dans le secteur. Elle est alors présente au capital d'Europe 1 Audiovisuel, la société de production et de distribution de la radio du groupe Lagardère, détient ■ ■ ■

■ ■ ■ plusieurs chaînes thématiques¹ ainsi que des participations dans des sociétés de production telles que DEMD (Eddy Cherki), 13 Production (Paul Saadoun), Alphanim (Christian Davin)... Mais, en 2003, Part'Com sort du giron de la CDC et se rebaptise Iris Capital. Le changement n'est pas anodin et va de pair avec une évolution de la stratégie : l'accent est désormais porté sur l'univers des télécoms plus que sur les médias traditionnels.



Bertrand Folliet est directeur associé d'Entrepreneur Venture depuis 2008, après un parcours de 15-20 ans dans les télécoms.

Pour les producteurs ou éditeurs de chaînes, les interlocuteurs du côté des fonds se raréfient. Un des acteurs de la place, Alliance Entreprendre, adossé au groupe Natexis, va prendre position. Antoine Bodet, qui l'intègre en 2000, va s'intéresser aux médias sans être effrayé par cette économie pour partie mixte. « L'argent public est en effet une composante certaine du secteur, mais qu'il faut relativiser : il y a le CNC, de l'argent du secteur pour le secteur, qui ne dépend donc pas du budget de l'Etat, et il y a des crédits d'impôts. L'aléa éventuel est lié à ces derniers puisqu'ils peuvent disparaître sur simple décision politique. Mais je crois que, globalement, les pouvoirs publics ont bien compris

¹ Les chaînes MCM, MCM International, MCM Africa, Muzzik et Canal J, via sa filiale Com Dev'Images, dont le groupe Lagardère devient actionnaire en 1999 en apportant ses propres chaînes, pour constituer un ensemble d'environ 900 millions d'euros.

Pourquoi un fonds reste-t-il généralement cinq ans ?

Un fonds reste, en moyenne, de trois à sept ans au sein d'une société, le plus souvent autour de 4-5 ans. Pourquoi ? Un fonds est généralement constitué pour dix ans : il y a donc une phase de cinq ans d'investissement suivie d'une autre phase de cinq ans de désinvestissement. Schématiquement, le fonds investit jusqu'à la cinquième année de son existence, pour que tout soit « dénoué » à la dixième année. Une fois la phase d'investissement achevée, la société de gestion s'engage le plus souvent dans la constitution d'un deuxième fonds. Certaines peuvent donc investir via deux « millésimes » de fonds, successivement, au sein d'une même société, comme Alliance Entreprendre l'a fait avec Makever (Matthieu Viala, Stéphane Drouet) et Entrepreneur Venture avec Cyber Group Studios (Pierre Sissmann, Dominique Bourse).

l'intérêt qu'il y a à soutenir l'audiovisuel. La production d'un programme, c'est un facteur d'emplois et d'avenir qui peut être mobilisé rapidement. Les effets sont rapides et faciles à appréhender. Le retour des productions d'animation sur le territoire hexagonal en est une illustration patente », explique-t-il.

Bertrand Folliet, directeur associé au sein d'Entrepreneur Venture, un autre acteur important de la place, est sur la même ligne : « Quand je vais au cinéma, une partie du prix du ticket va au CNC qui le reverse, c'est circulaire et ce n'est donc pas de la subvention (contrairement à ce qui se passe dans le secteur de la presse par exemple). Il s'agit de redistribution circulaire. »

Le premier n'a pas 45 ans, le second vient de passer les 50 ans. Ils ont tous deux réalisé leur premier deal dans le secteur avec de jeunes entrepreneurs.

Des fonds sollicités par une nouvelle génération d'entrepreneurs

La première prise de participation qu'Antoine Bodet supervise Vendredi 2 février 2018 de 2007 : il s'agit de l'entrée au capital de MakingProd. A l'époque, Matthieu Viala n'a que 28 ans, mais son projet est très construit². La société qu'il a fondée avec Stéphane Drouet existe depuis cinq ans, mais son positionnement initial, la production de making of de bonus pour DVD, ne permet pas de percer. L'entrepreneur s'engage

alors dans un projet nettement plus ambitieux. Après un tour du monde des méthodes de production, il revient avec une conviction : l'industrialisation de la fiction française n'en est qu'à ses prémices. Il veut mettre en œuvre de nouvelles méthodes, remonter davantage de travail au niveau de la préparation pour alléger le tournage, raccourcir les délais d'écriture, etc. Quand il convainc Alliance Entreprendre d'investir 500 000 € en échange d'environ 20 % du capital, MakingProd n'a qu'un contrat de production en cours : la série *Les invincibles* (12 x 44') pour Arte, avec 500 000 € d'apport de la chaîne par épisode. « *Matthieu Viala avait, dès cette époque, une vision entrepreneuriale sur le développement d'un groupe de production de fiction. Avec une méthodologie de production innovante pour l'époque, qui prenait en compte, entre autres, des pools d'auteurs et une vision industrielle du métier visant à optimiser la production* », se souvient Antoine Bodet. L'investissement a été porteur puisqu'Alliance Entreprendre a revendu ses parts dans de bonnes conditions avant d'entrer de nouveau, en 2016, au capital de ce qui est devenu Makever³, un groupe au chiffre d'affaires supérieur à 40 millions d'euros qui vient d'entrer en négociations exclusives pour être racheté par Mediawan, le groupe constitué par Pierre-Antoine Capton, Xavier Niel et Matthieu Pigasse. ■ ■ ■

³ Qui réunit Aluda Films (Jean-Marie Auclair), JPG Film (Jean-Pierre Guérin), Love my TV (Noor Sadar), Mademoiselle Films (Aurélien Meimon), l'historique Making Prod, Scarlett Production (Joëly Faré, Florence Dormoy), Vema Production (Véronique Marchat, ex-GMT) et une partie du MCN Finder Studios.

² Voir son interview dans Satellimag du 5 mai 2008 : *Matthieu Viala (MakingProd)* : « L'industrialisation de la fiction n'est pas seulement une question de moyens. »

■ ■ ■ Pour Bertrand Folliet, la première rencontre décisive est celle d'Olivier Laouchez, en 2010. A 46 ans, l'homme dirige Trace TV depuis huit ans. Le groupe est équilibré depuis 2005, sans endettement bancaire, et le fonds Urban Investment group (Goldman Sachs) est l'un des actionnaires (27 %) aux côtés des fondateurs (42 %)⁴, de personnalités individuelles du monde de la banque, des médias et du conseil (24 %), et du personnel (10 %). En 2010, le fonds affiche la volonté de « tripler la taille de l'entreprise en termes de revenus et de rentabilité dans les cinq ans à venir »⁵. Le capital doit être restructuré et Olivier Laouchez rencontre Bertrand Folliet. Le courant passe entre les deux hommes et, surtout, le premier a une vision claire de ce qu'il souhaite pour Trace. Il a déjà été approché par des groupes, veut grandir un peu plus encore avant de céder le contrôle, ce qu'il fera début

2014 avec le rachat de Trace par le suédois Modern Times Group (MTG). Le chiffre d'affaires de l'entreprise fondée par Olivier Laouchez est alors estimé à 19,3 millions d'euros, soit une croissance moyenne annuelle de 23 % sur les cinq dernières années. Pour Bertrand

Bertrand Folliet
(Entrepreneur Venture) :
« Nous n'avons peur ni du papier, ni de l'internet, ni de l'audiovisuel. »

Folliet, ce sera une bonne sortie.

Un homme, un projet

Les stratégies d'investissement varient d'un fonds à l'autre, en tout cas sur leurs modalités et leurs cibles. Alliance Entreprendre, qui gère 440 millions d'euros d'actifs et 70 participations⁶, investit d'1 à 15 millions d'euros dans des sociétés de tous types de secteurs, dont le chiffre d'affaires se situe entre



Antoine Bodet travaille au sein d'Alliance Entreprendre depuis 2000.

1 et 200 millions d'euros⁷. L'audiovisuel y représente 1/7^e des participations, mais un peu moins en volume financier : le ticket moyen dans le secteur est plutôt moins élevé que dans d'autres. Chez Entrepreneur Venture, le ticket est d'un à sept millions d'euros pour des sociétés non cotées dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 et 50 millions d'euros. Le fonds est présent au sein d'une dizaine de sociétés orientées média, ce qui représente 20 à 30 % des investissements du fonds.

Antoine Bodet (Alliance Entreprendre) : « Nos arbitrages (...) reposent (...) dans une très grande mesure sur une forte conviction concernant la qualité du dirigeant ou de l'équipe de management. »

Si les cibles et les approches peuvent différer, la grande majorité des gestionnaires de fonds se retrouvent sur un point essentiel, moteur de la prise de participation : les investisseurs parient sur un homme et un projet. « On accompagne des entrepreneurs, autrement dit on ne fait pas de financement d'actifs mais on participe au financement d'un projet entrepreneurial. Ce ■ ■ ■

⁷ Avec un cœur de cible 5-50 millions d'euros.

⁴ Olivier Laouchez, Richard Wayner et Claude Grunitzky.

⁵ Voir *Satellimag* n°123 du 1^{er} mars 2010.

⁶ Avec une équipe de 16 collaborateurs.

Sociétés de gestion et fonds

Une société de gestion (Alliance Entreprendre, Idinvest, Entrepreneur Venture...) collecte de l'argent puis est mandatée par les porteurs de parts pour gérer le fonds. Une fois l'argent confié, la société de gestion est libre de ses investissements : l'approbation des porteurs de parts n'est pas nécessaire à chaque prise de participation.

Ces sociétés de gestion de fonds peuvent choisir différents positionnements pour collecter les fonds, puis les investir. Le « venture-capital » ou « capital risque » vise essentiellement les start-up, en tout cas des sociétés jeunes. Les prises de participation sont souvent risquées, l'idée est que, même si huit investissements sur dix s'avèrent mauvais, les deux succès rencontrés couvriront les pertes et bien au-delà. Le « capital développement » vise, lui, les sociétés de 20 à 30 millions d'euros de chiffre d'affaires avec une croissance forte de 10 à 20 %. Le « capital transmission » (ou LBO) concerne des cas de transmission d'entreprises. Enfin, le « capital-retournement » vise des structures en mauvaise posture qu'il faut redresser voire repositionner complètement : il est risqué mais peut s'avérer très payant.

Une société de gestion peut mêler ces différents types d'investissements. Ainsi, Alliance Entreprendre qualifie de capital-développement ses engagements aux côtés de Federation Entertainment (Pascal Breton) et de Playtime (ex-Films Distribution, Sébastien Beffa, Valéry Guibal, François Yvon, Nicolas Brigaud-Robert). Son investissement dans Make it Happen Studio (Sydney Gallonde, ex-VAB Productions), Pernel Media (Samuel Kissous) ou encore La Fabrique des formats (Philippe Chazal) relèvent en revanche du capital-risque.

■■■ positionnement nous conduit d'ailleurs à investir dans des projets de croissance plus souvent que dans des projets de transmission. Et nous n'avons peur ni du papier, ni de l'internet, ni de l'audiovisuel pour peu que les équipes avec qui nous échangeons aient une bonne compréhension de leur environnement, de leur modèle économique et de son évolution », explique Bertrand Folliet. Antoine Bodet confirme la même approche : « Nos arbitrages, en termes d'investissements, reposent bien sûr sur des business plans mais aussi, dans une très grande mesure, sur une forte conviction concernant la qualité du dirigeant ou de l'équipe de management que nous rencontrons. Les dirigeants que nous accompagnons doivent avoir une vision de l'évolution du secteur avec un tropisme international parce qu'il est compliqué de raisonner sur un marché seulement national, a fortiori quand il est mature comme la France. »

Pierre Sissmann, qui a géré un fonds de



François Paulus est associé fonVendredi 2 février 2018ur de Breega Capital Venture One.

capital-risque, Cyber Capital, avant de fonder avec le même associé, Dominique Bourse, la société de production et distribution de programmes d'animation Cyber Group Studios, peut en attester. Lancée en 2005, la société connaît très vite un premier succès avec *Ozie Boo !*, dessin animé qui reçoit une distinction à New York quand les deux associés commencent à solliciter des fonds. « A l'époque, il y avait peu d'acteurs prêts

Lever des fonds seul ou accompagné ?

Lever de l'argent consiste à contacter des détenteurs de capitaux pour leur présenter un projet et le financement requis. Encore faut-il savoir identifier les bons interlocuteurs : tous les fonds ne s'intéressent pas à tous les profils d'entreprises ni aux mêmes secteurs. Il est bon de défricher un peu le terrain avant de s'y aventurer. On peut aussi s'en remettre à des banques d'affaires mandatées pour trouver les précieux investisseurs. Qu'en pense-t-on du côté des fonds ? La mise en relation est parfois nécessaire mais la rencontre avec l'entrepreneur reste déterminante. Certains fonds anglo-saxons vont jusqu'à juger inopportune la présence d'intermédiaires. D'une part, elle ferait gonfler artificiellement la valeur du deal, d'autre part il manquerait une forme de compétence au chef d'entreprise qui ne serait pas capable d'organiser lui-même une levée de fonds.

à investir dans ce secteur mal connu. On entendait : « Vous avez un premier succès mais qu'est-ce qui nous dit que la production suivante sera également un succès ? » Ce à quoi nous répondions inmanquablement : "Rien, mais on a un CV Et le succès appelle souvent le succès !". Autant dire que la capacité à convaincre qu'on va faire des hits est clé. » Les deux entrepreneurs se feront finalement aider par Leonardo Finance (Yves de la Cour, décédé) qui trouvera Viveris. Et l'histoire de Cyber Group Studios avec les fonds ne s'arrêtera pas là. Entrepreneur Venture entrera au capital en 2010, avant l'invest en 2012 et L-Gam en septembre dernier.

Parier sur des hommes va de pair, pour

François Paulus (Breega Capital) : « Il faut, globalement, que l'équipe de direction soit détentrice de la majorité du capital pour que, une fois notre entrée faite, ils ne soient pas trop dilués. »

les fonds, avec une exigence : les dirigeants sont quasi systématiquement associés au capital lors de la reprise par un fonds. Pas question de racheter une entreprise et de voir son équipe de direction quitter le bateau l'encre du chèque à peine sèche. On parle pudiquement de « partage du risque » : concrètement, le dirigeant, dont une partie du patrimoine est liée au succès de l'entreprise, manifestera une

motivation sans faille pour que le projet réussisse. « Le patron est toujours associé, "locké", pour la durée de présence du fonds. Il faut, globalement, que l'équipe de direction soit détentrice de la majorité du capital pour que, une fois notre entrée faite, ils ne soient pas trop dilués », explique François Paulus, associé fonVendredi 2 février 2018ur de Breega Capital Venture, entré au capital de la plate-forme de doublage et sous-titrage pour séries TV Lylo.

L'autre conséquence, à l'avantage des entrepreneurs, c'est qu'un gestionnaire de fonds qui a confiance dans un homme ou une équipe, peut lui renouveler sa confiance au-delà des échecs. Entrepreneur Venture a suivi Laurant Weill dans sa première aventure, Visiware, placée sous procédure judiciaire en 2015, puis dans Sync⁸, lancée dans la foulée. « Une entreprise a failli, ça ne veut pas dire que l'entrepreneur ne va pas aller plus loin, explique Bertrand Folliet. Nous avons d'ailleurs été rejoints par l'invest au sein de Sync. »

« Un fonds apporte de la valeur quand il n'apporte pas que de l'argent »

Laurant Weill a connu plusieurs aventures, contrastées, avec les fonds d'investissement qui l'ont suivi. « Serial entrepreneur », il compte déjà quatre créations de sociétés en 1994, quand il se lance dans l'aventure de la télévision interactive avec Visiware. La ■■■

⁸ Deux levées de fonds ont été orchestrées au bénéfice de Sync pour réunir deux millions d'euros puis 1,5 million d'euros, Laurant Weill conservant 20 % du capital.

■■■ structure dégage très vite jusqu'à 30 % de marge et, en 2000, en pleine bulle internet, elle cherche à lever des fonds pour financer son développement international. Une banque d'affaires est mandatée et trouve 3I, qui entre à hauteur de 30 % du capital. C'est l'époque de toutes les folies : la télévision interactive est annoncée comme potentiellement aussi importante que l'internet, la télévision payante va devenir plus forte que l'e-commerce, annonce-t-on à l'époque. Bref, les arbres montent au ciel ! L'investisseur pousse à l'introduction en Bourse ; l'équipe dirigeante y travaille quelques mois et vise une valorisation d'1,2 milliard de francs (183 millions d'euros de l'époque) pour une société au chiffre d'affaires de 3 à 4 millions d'euros. Mais, quelques jours avant le dernier acte, Laurant Weill, pas très à l'aise avec les méthodes de valorisation qui lui sont proposées, renonce. Les relations avec 3I se tendent, alors que le secteur ne semble pas être l'eldorado annoncé. « Le marché de la télévision interactive s'est avéré plus petit qu'annoncé. Alors, bien sûr, nous étions leaders mondiaux mais sur un marché de niche ! », expliquera-t-il a posteriori⁹. 3I sortira tard, en 2009, et dans des conditions nettement moins valorisantes qu'attendues¹⁰. Deux fonds reprendront les parts : Entrepreneur Venture et Omnes Capital (ex-Crédit Agricole). Le marché de la télévision interactive se rétrécit et, en 2015, le placement sous procédure judiciaire de la société conduit les deux fonds à une perte sèche.

Pour Laurant Weill, le profil des gestionnaires du fonds peut faire une vraie différence dans l'expérience partagée. « Certains fonds s'intéressent quasi exclusivement au bas de bilan, autrement dit au résultat comptable. Le produit ne les intéresse pas plus que la stratégie, ou alors seulement dans sa dimension patrimoniale. Les échanges portent alors essentiellement sur les leviers de croissance de la marge et, ■■■

⁹ Voir *Satellimag* n°164 du 31 octobre 2011 : [Laurant Weill \(Visiware\), à l'aube d'une révolution ?](#)

¹⁰ Pour des raisons qui tiennent davantage à la situation du fonds qu'à Visiware : 3I est vendu à un fonds de fonds (soit un fonds dont la performance est liée à plusieurs autres fonds) et doit céder un certain nombre de participations dans un calendrier contraint, soit une situation dans laquelle les actifs perdent en valorisation.

Newen : le principe d'un fonds en germe depuis 2015

En 2015, Newen* livre la première saison de *Versailles*, une série au budget de 27 millions d'euros. Le tournage a commencé avec une avance conséquente des producteurs sur le plan de financement, estimée à un peu moins de 15 %. Le risque pris par Newen a conduit Christophe Nobileau, dg délégué du groupe, à imaginer un autre levier de financement : un fonds d'investissement. « On se projette sur un fonds doté de quelques dizaines de millions d'euros dans lequel nous serions un acteur significatif. Ce serait un outil de financement mis à la disposition des producteurs du groupe », explique-t-il alors¹. La réflexion repose alors sur un constat : le renchérissement des coûts de production pour délivrer des fictions capables de rivaliser avec les meilleures sur le marché international. En définitive, ce sera l'activité de distribution qui sera privilégiée : « L'intérêt est évident : le distributeur, qui prend un risque plus élevé, est plus écouté également du producteur quand celui-ci le conseille sur le contenu. Finalement, nous avons pensé que la valeur ajoutée que pouvait apporter le distributeur sur le contenu permettait de réorienter un certain nombre de projets pour améliorer les chances d'exploitation à l'étranger. En bref, il était bon que les distributeurs s'impliquent davantage ou complètement. »



Christophe Nobileau dg délégué de Newen
Photo © Kenji Ryokuji/Telfrance

Le groupe est finalement allé au-delà de cette stratégie en mai 2017. Outre l'ouverture d'un bureau à Londres pour se renforcer dans les contenus anglophones, Newen Distribution a lancé un fonds d'investissement de 50 millions d'euros (42,5 M£) destiné à acquérir des séries de fiction premium britanniques. La question de devenir actionnaire du fonds nouvellement créé s'est posée chez Newen. « On a failli être présent de manière assez importante et puis, après réflexion, pour travailler bien avec ce fonds, il fallait mieux maintenir une certaine indépendance vis-à-vis de lui, d'où la nécessité de n'avoir aucun conflit d'intérêts, et donc d'être partenaire et non actionnaire », indique Christophe Nobileau. Newen Distribution se positionnera sur trois à quatre séries haut de gamme (séries récurrentes et miniséries) au potentiel international. Elle s'engagera sur « des investissements significatifs » dès leur entrée en développement et vise à permettre aux producteurs britanniques un accès rapide aux préventes sur les principaux territoires européens, a-t-il été indiqué au printemps dernier.

*Quelques mois avant son rachat par le groupe TF1.

¹ Voir *Satellimag* n°248 du 1^{er} juin 2015 : *Newen muscle sa distribution et crée un fonds d'investissement*

■ ■ ■ pour un profil comme moi, c'est très frustrant. Les conseils d'administration sont, du coup, beaucoup plus financiers, par exemple. D'autres fonds sont gérés par des directeurs d'investissements nettement plus soucieux du produit, parce qu'ils comprennent que c'est le nerf de la guerre. Ce type de gestionnaires de fonds vous ouvre son réseau, vous aide pour des recrutements. C'est du capital-risque version Silicon Valley : on me donne de l'argent, mais, après, on parle expérience clients, Arpu (revenu moyen par abonné, ndlr), plan marketing, etc. Bref, un fonds apporte de la valeur quand il n'apporte pas que de l'argent. »

Un taux de rendement attendu de 8 à 20 %

Les fonds connaissent parfois des échecs, comme avec Visiware, mais l'objectif est bien entendu de valoriser au mieux les investissements consentis. Le taux de rendement attendu se situe dans une fourchette de 8 à 20 %, un écart qui recouvre des réalités très différentes, de la perte sèche sur un dossier, au multiple de dix sur un autre.

Laurant Weill (Visiware, Sync) : « Un fonds apporte de la valeur quand il n'apporte pas que de l'argent. »

Pour les entrepreneurs qui recourent aux fonds, l'objectif est de financer ce que ne financent pas les banques, qu'elles soient généralistes ou spécialisées dans le secteur¹¹. Du côté d'Alliance Entreprendre, c'était la R&D et la croissance externe pour Makever, le passage du statut de prestataire à celui de producteur pour 2 minutes (Jean-Michel Spiner), le développement d'un volume de production via, notamment, le mécanisme d'options sur des formats pour Pernel Media (Samuel Kissous), etc. « Là où les banques gèrent le financement de l'activité proprement dite, on vient nous voir pour des sujets plus structurants : projets de développement (et donc d'embauches), transmission d'actionnariat, sortie d'un groupe, départ

d'un actionnaire historique, etc. », précise Antoine Bodet.

Tous les genres de production ou sous-secteurs de l'audiovisuel intéressent-ils les fonds ? Alliance Entreprendre a peu investi dans le flux, faute d'opportunité plus que par stratégie. « Nous en faisons un peu (Pernel produit un peu de flux pour TMC), mais le genre nous intéresse, dès lors qu'un acteur est en capacité de développer ses propres formats », explique Antoine Bodet. Chez Entrepreneur Venture, on fait le choix de l'audiovisuel plutôt que celui du cinéma. « On ne se sent pas très à l'aise dans le cinéma. On privilégie des profils d'entrepreneurs de l'audiovisuel à la fois producteurs et distributeurs, pour que le catalogue assure une forme de récurrence des revenus, et toujours dans une logique internationale », confirme Bertrand Folliet. De même, Entrepreneur Venture ne s'est jusqu'ici pas aventuré dans la filière technique, cette fois pour des raisons de positionnement : le montant des investissements consentis (un à sept millions d'euros) ne permet de se positionner dans un secteur aussi gourmand en capitaux.

Une rentabilité aléatoire dans la prestation technique

Le secteur de la prestation technique a vu des fonds investir des montants importants, mais la rentabilité des investissements consentis semble plus aléatoire. L'ancien Monal, fondé en 1984 par Denis Auboyer, a été racheté par l'Américain HIG Capital, devenu actionnaire à 95 % en 2015. Le fonds est réputé acquérir ses actifs à moindre coût avec une conviction : la transformation peut payer. L'enjeu était, dans un premier temps, d'envisager une mutualisation des ressources avec un autre actif d'HIG Capital, Tres60 Servicios Audiovisuales, un acteur de la filière technique espagnol. Les synergies semblent cependant limitées et Monal, rebaptisé Hiventy, est d'abord passé par une phase de restructuration des activités : abandon de la postproduction image, accent porté sur le doublage et le sous-titrage. Aujourd'hui, le groupe court, comme ses concurrents, après l'outil de gestion en ligne des fichiers vidéo qui



Après six créations de sociétés, Laurant Weill n'a pas échappé à la question de faire entrer un ou des fonds d'investissement au capital de ses structures. Son expérience démontre que tout est, souvent, affaire d'hommes et d'interlocuteurs. Et les contraintes formelles qu'impose un fonds sont certes un passage obligé, mais au bénéfice de l'entreprise et de sa direction.

s'imposera sur le marché. L'objectif est de parvenir à industrialiser des processus jusqu'ici encore très artisanaux pour répondre aux besoins de localisation des contenus vidéo des acteurs internationaux tels que Netflix ou Amazon. HIG Capital est présent depuis deux ans et demi, mais la sortie risque de ne pas être la plus rémunératrice des fonds¹².

Elle semble, en tout cas, moins périlleuse que celle que devra réaliser ces prochaines années PAI Partners, propriétaire d'Euromedia Group depuis 2014. Le prestataire technique de tournage a été particulièrement malmené sur le marché français, qui représentait un tiers du volume d'affaires lors du rachat. Après le désengagement des anciens studios de la SFP à Bry-sur-Marne, des plateaux de Boulogne et de Saint-Germain-lès-Arpajon dans l'Essonne, la filiale hexagonale est entrée dans un plan de sauvegarde de l'emploi en 2015, avant de finalement céder l'activité de plateaux il y a six mois à son concurrent AMP Visual TV.

Sur des opérations de plus petits volumes, les fonds d'investissement semblent davantage trouver leur intérêt. Paluel-Marmont Capital ■ ■ ■

¹² HIG Capital connaît par ailleurs de beaux succès. Le 2^e fonds européen qu'il a créé en 2013 a été sursouscrit : l'objectif de lever un milliard de dollars a été dépassé.

¹¹ Comme Neufilize OBC, Banque Palatine (BPCE) ou Natixis Coficiné.

■ ■ ■ (Xavier Poppe, François-Xavier Deren), société d'investissement du groupe Paluel-Marmont, accompagne ainsi la constitution de B-Live, un groupe de location de matériels (audiovisuel, mais surtout spectacles et cinéma). Fondé en 2014 par Eric Barthélémy et Yannick Betis, il a procédé à sept acquisitions¹³ en deux ans, dont Transpalux fin 2016 (30 M€). B-Live pèse actuellement environ 60 M€.

Pierre Sissmann, Cyber Group Studios : « C'est comme dans un mariage, il ne faut pas que ça parte sur un rapport de défiance. Il faut une certaine forme d'alignement des intérêts. »

Plus anciennement, un historique du secteur, Thierry de Segonzac, a tenté le recours aux fonds d'investissement pour son groupe de moyens de tournage. « On a fait rentrer au capital de TSF un fonds proche du GAN il y a 15 ans, mais cela ne s'est pas avéré être très intéressant, explique-t-il. Les deux logiques sont difficilement compatibles. Un fonds s'intéresse à deux types de profils : les entreprises bien positionnées qui dégagent des marges élevées et celles qui opèrent sur un marché en forte croissance. Il faut, en tout cas, des potentiels très significatifs. Et dans la filière technique... »

Seules peut-être quelques niches, telles que le doublage de séries TV, pourraient offrir ce type de potentiel. C'est manifestement l'avis des gestionnaires de Breega Capital Venture One qui ont investi un million d'euros dans la plate-forme de doublage de séries TV Lylo. Grégoire Parcollet, son directeur général et cofondateur, affiche réaliser le doublage de plus de 30 000 programmes avec des clients tels que le groupe Viacom, HBO ou encore Toei. Pour François Paulus, en charge du dossier chez Breega Capital Venture One, l'investissement repose

sur « un projet technologique : faire de la localisation de sous-titrage et doublage via une technologie qui permet de gérer à distance » et sur la conviction que, « parmi les plus gros acteurs du secteur, il y a de la place pour un acteur agile et innovant comme TV Lylo ».

A la Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia (Ficam), on reste d'ailleurs optimiste. « La présence croissante des fonds d'investissement dans la filière technique n'est pas anecdotique. Non seulement c'est structurant pour notre secteur, mais, si les fonds rentrent, c'est qu'il y a du potentiel ! », indique Jean-Yves Mirski, délégué général de la Fédération.

L'alignement des intérêts

Si les fonds sont présents au capital d'un nombre croissant de sociétés, ce n'est pas de leur seul fait. Les entrepreneurs qui frappent à leur porte sont également de plus en plus nombreux. Les outils de financement du secteur ne sont pas légion. Les banques financent le quotidien, le compte de soutien l'activité de production, mais, au-delà, il y a les Soficas mais surtout les fonds. La promesse tient finalement à une somme d'argent conséquente que les acteurs traditionnels du financement du secteur ne sont pas en mesure d'offrir.

L'accès à cette manne s'accompagne de contraintes qui, selon la culture de la société de gestion du fonds, sont plus ou moins nombreuses. La plupart des fonds apprécient une gouvernance de type directoire et conseil de surveillance pour prendre des places dans celui-ci. Entrepreneur Venture, qui est toujours minoritaire au sein des sociétés dans lesquelles il entre, demande à être présent au sein d'un comité de suivi. Le formalisme du reporting est ensuite adapté à la structure : il faut prévoir à minima un point régulier avec les équipes, tous les deux ou trois mois. Alliance Entreprendre, qui peut être minoritaire ou majoritaire, prend systématiquement un à deux postes au conseil de surveillance. Le reporting est ensuite plus ou moins fourni, d'un rythme mensuel à un rythme trimestriel, avec des conseils de surveillance de quatre à douze fois par an. Une



Pierre Sissmann est un familier des fonds d'investissement. Après en avoir créé et géré un avec Dominique Bourse, il a lancé Cyber Group Studios (production et distribution d'animation), qui s'appuie sur des fonds d'investissement depuis, notamment, le succès d'Ozie Boo!

charte est également susceptible de fixer quelques règles en précisant ce qu'on peut faire ou ne pas faire sans l'accord des actionnaires.

Ces règles ne sont pas toujours vécues comme des contraintes excessives du côté des entrepreneurs. Loin s'en faut. Pour Laurant Weill, « on vous demande parfois de mettre en place des procédures que vous n'avez pas toujours pris soin de considérer selon le stade de maturation de l'entreprise. Mon expérience me démontre que ça a du bon : ça donne un cadre qu'il serait une erreur de ne pas avoir. » Pour Pierre Sissmann, « l'essentiel est d'installer une relation de confiance. Les sociétés dans lesquelles les fonds mettent de l'argent ont tendance à ne voir que l'intrusion dans leur activité que représente la nécessité d'un reporting. Et oui, c'est une exigence forte. Mais il ne faut jamais oublier qu'il y a de l'argent en jeu : les fonds sont, par nature, pluri-secteurs, et ils ont besoin à la fois de comprendre ce que vous faites et d'être rassurés. C'est comme dans un mariage, il ne faut pas que ça parte sur un rapport de défiance. Il faut une certaine forme d'alignement des intérêts. »

¹³ On Off, Phase 4 en avril 2015, Régie Lumière et Pre Vues (éclairage scénique pour le spectacle et l'audiovisuel) en septembre 2015, Silence (location de matériel son) fin 2015...



Matthieu Viala a, très tôt dans son parcours d'entrepreneur de la production audiovisuelle, vu l'intérêt de recourir à un fonds pour développer ses activités plus vite. La micro-entreprise Making Prod est devenu le groupe Makever (environ 40 millions d'euros de chiffre d'affaires), en cours de rachat par Mediawan (Pierre-Antoine Capton, Xavier Niel, Matthieu Pigasse).

■ ■ ■ Si ces deux entrepreneurs ont bien vécu le rapport aux fonds présents à leurs côtés au capital, c'est aussi, peut-être, parce qu'ils n'ont pas fait de la question de rester majoritaires un sujet essentiel. « C'est même une erreur d'en faire une condition sine qua non dans les négociations, prolonge Pierre Sissmann. L'important est la valeur que vous retirez de l'entreprise. » Le dirigeant sait de quoi il parle : il a fait entrer en septembre le fonds L-Gam dans Cyber Group Studios pour reprendre les participations d'actionnaires minoritaires. « Après une phase d'amorçage, puis de capital-risque, nous passons

Un fonds spécialisé dans les médias en projet

Chez Alliance Entreprendre, Antoine Bodet réfléchit depuis peu à un projet de fonds thématique, autour des médias. L'idée part du constat que l'arrivée des plates-formes de consommation à la demande et, plus globalement, la mondialisation de la consommation, vont conduire à une hausse, en volume et en valeur, de la demande de contenus. « On pense qu'il y a une opportunité d'investissement dans les cinq à dix ans qui viennent », explique-t-il.

à un stade où l'on se dote d'une force de frappe avec du capital développement », a-t-il indiqué. L'augmentation de capital organisée pour la sortie de la Caisse d'Epargne et le réinvestissement d'Entrepreneur Venture et d'Idinvest laissent Pierre Sissmann et Dominique Bourse en situation d'« actionnaires importants » sans qu'il ait été précisé le taux de dilution de leurs parts.

L'ultime exigence du fonds est de sortir, autrement dit de « déboucler son investissement initial ». Le calendrier n'est pas toujours facile à gérer, entre les impératifs du fonds et le rythme de la production de fiction ou d'animation, par exemple. « Dans notre industrie de l'animation, la confiance doit se bâtir sur la durée parce qu'il faut deux ou trois ans pour faire un produit, détaille Pierre Sissmann. Donc, en cinq à sept ans, soit la présence d'un fonds en général, on parvient à sortir deux ou trois séries en moyenne. Mais, dans les faits, les fonds peuvent rester huit ans si la promesse de la création de valeur est au rendez-vous. Nous-mêmes, en tant que capitaux-risqueurs, on est restés parfois dix ans, d'autres fois quatre ou cinq ans. »

Tous, fonds comme entrepreneurs, s'accordent à dire que le pragmatisme l'emporte sur toute autre considération quant à la Vendredi 2 février 2018 de sortie. Qui succède d'ailleurs à un fonds au capital d'une société ? Parfois un autre fonds, puisque certains se spécialisent dans l'amorçage des sociétés là où d'autres préfèrent financer le développement, parfois un industriel, parfois encore l'équipe dirigeante.

L'audiovisuel continue d'intéresser. Les fonds reçoivent des dossiers, issus du secteur de la production, d'éditeurs d'offres OTT ou de services associés à l'optimisation de l'efficacité publicitaire. « La production audiovisuelle est un secteur porteur, juge Christophe Nobileau, dg délégué de Newen, qui réfléchit depuis longtemps au sujet. Nous allons vers une société du loisir, c'est donc un actif sur lequel jouer. D'ici à sept ans, on aura besoin de plus en plus de contenus. » La division distribution de Newen a poussé la création d'un fonds d'investissement outre-Manche (voir encadré) et pourrait s'appuyer sur ce nouveau levier de financement pour accroître sa force de frappe à l'international.

Croître, grossir, gagner en volume... Le pari d'un fonds repose donc sur la capacité des sociétés en portefeuille à se développer au double bénéfice des dirigeants et des investisseurs dont ils gèrent l'argent. L'échange laisse une part importante à la capacité de conviction des uns et des autres. Un mariage d'amour et de raison en somme... ■

Anne-Sophie Filhoulaud

Les Soficas, une niche fiscale plus qu'un véhicule d'investissement

La démarche est très différente entre un investisseur et le particulier qui place quelques milliers d'euros dans une Sofica. Le premier cherche à démultiplier son capital, le second à défiscaliser une partie de ses revenus, autrement dit à réduire sa base d'imposition. Les particuliers peuvent investir au maximum 18 000 € et 25 % de leur revenu imposable dans une Sofica. En contrepartie, ils peuvent déduire 48 % (en 2017, 36 % en 2016) de leur investissement directement de leurs impôts.

Les Affranchis :

un studio d'animation pour dynamiser la production 2D en Occitanie

C'est au Cartoon Forum de Toulouse en septembre dernier, que le premier studio d'animation 2D en Occitanie a officiellement vu le jour. Baptisée Les Affranchis, cette société a été cofondée par les producteurs toulousains Anoki, Xbo Films, Le-loKal et la société parisienne Melting Productions. Les quatre associés travaillaient déjà ensemble, mais en mutualisant la fabrication de leurs projets d'animation sur un même site, ils créent une activité continue, beaucoup plus attractive pour les talents. L'initiative ira plus loin dès le printemps avec l'ouverture d'un cycle de formation de techniciens en animation 2D.



Marie Régis, Florent Guimberteau, Mannuela Marque, Alwa Deluze, Philippe Aussel et Luc Camilli

Créer des pôles attractifs en fédérant les talents, l'ambition n'est pas inédite dans l'audiovisuel. Elle est même partagée par bon nombre d'acteurs du secteur et favorisée par des collectivités locales¹. Elle connaît surtout une nouvelle

actualité depuis peu. En Occitanie², l'initiative vient ainsi du secteur privé : quatre producteurs issus de l'animation se sont regroupés pour ouvrir le premier studio d'animation 2D de la région. Les sociétés toulousaines de production

et de prestation technique Anoki, Xbo Films et Le-loKal³ se sont associées avec l'entreprise parisienne Melting Productions au sein d'une SAS commune, détenue à parité et baptisée Les Affranchis. L'initiative avait été annoncée en septembre lors du Cartoon ■ ■ ■

¹ La région des Hauts-de-France est par exemple très active en ce sens.

² L'Occitanie Pyrénées-Méditerranée est issue de la fusion des régions Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées.

³ Toutes fondatrices de l'Arpanim, association des producteurs d'animation d'Occitanie.

■ ■ ■ Forum de Toulouse⁴ et le studio a été inauguré le 1^{er} février. L'ensemble se veut un « lieu ouvert destiné à accueillir des projets variés », mais en priorité ceux des quatre actionnaires.

Après la liquidation de La Fabrique Production à Montpellier, l'Occitanie n'abritait plus que le studio d'animation image par image (stop motion) La Ménagerie, cofondée par Luc Camilli (Xbo Films), Marc Ménager et Dominique Deluze, et le studio 3D de TAT Productions (*Les As de la jungle*), auxquels s'ajoutent les expertises sur la réalité virtuelle (VR) développées chez Le-loKal et d'autres entreprises installées à Montpellier.

« En termes économiques, l'ambition du studio est d'atteindre rapidement, et avant la fin de la première année, un chiffre d'affaires de 500 000 euros »

« Les quatre associés travaillent ensemble depuis plusieurs années. Chacun développe des projets en 2D, sans toutefois être attaché à un studio de prestation en particulier », explique la productrice et réalisatrice Alwa Deluze, cofondatrice d'Anoki avec Mannuela Marque. « L'idée des Affranchis est venue naturellement, car il y avait un vrai manque dans la région sur la technique en 2D. Parallèlement, nos besoins allaient croissant et nous rencontrions tous la même difficulté de recommencer le travail de recrutement à chaque nouveau projet. Cela ralentissait sérieusement le développement des projets et nos activités. La création d'un studio en interne n'était pas rentable, faute d'une activité suffisante, mais la mutualisation des forces était une piste. Les Affranchis mettent en commun le matériel acheté par chacune des sociétés et le studio développe une activité continue : cela permet de mieux maîtriser les productions, de pérenniser des emplois en rendant Toulouse plus attractif pour les talents. »

⁴ La société avait été créée quelques mois plus tôt, en mai 2017.

Les Affranchis portent l'ambition de défendre la production d'animation en région et de densifier la filière. Ils s'appuient aussi sur la capacité des quatre actionnaires à allier des compétences et des univers créatifs variés. Leurs productions vont du court au long métrage en passant par la série animée.

Dirigé par Marie Régis, le studio réunit sept personnes pour l'instant. Il a démarré sa première production en novembre avec *Une histoire de Jeannot*, un court métrage de 15' porté par Xbo Films et La Luna Productions. La saison 2 de *Pandas dans la brume* (30 x 3')⁵, adaptée de la BD de Tignous (Glénat) par Melting Productions et Magicworlds, est également en cours de fabrication.

⁵ BIP TV, LCP Assemblée nationale, France 5, TV5 Monde.



Chicken of the Dead, une des premières productions
Photo © Anoki & Melting Productions

L'activité devrait ensuite se poursuivre avec la production des projets *Partir* (10'), court métrage de Le-loKal sur la migration, *Avni, Animal vraiment non-identifié* (40 x 7', Milan Animation), une adaptation de la BD du même nom parue aux Editions Milan dont Anoki est producteur exécutif, et, dans un registre plutôt ado-adulte, *Chicken of the Dead*. Sous une forme de parodie ■ ■ ■

Les quatre sociétés actionnaires

« Avec 450 000 € de chiffre d'affaires en 2017, sept personnes et 1h15 produite, Anoki est la plus petite structure des quatre entreprises associées dans Les Affranchis », souligne Alwa Deluze¹. « La ligne éditoriale d'Anoki est hybride et s'intéresse depuis sa création en 2008 aux thématiques sociales, au divertissement « pédagogique » et aux outils de médiation. » Anoki initie ainsi des documentaires, de la fiction, des séries et des courts métrages d'animation comme le format d'épouvante *Curse of the Flesh* (17', avec Melting Productions pour Vosges TV). Près de 40 % de son activité sont actuellement tirés de la postproduction de la série quotidienne d'actu de Milan Presse, *1 jour, 1 question*, diffusée sur France 4 qui diffuse actuellement la saison 4. L'entreprise vit aussi de son activité de communication audiovisuelle et production corporate pour des entreprises, qu'elle entend renforcer via une diversification dans la réalité virtuelle.

Le-loKal, fondé en 2003 par Philippe Aussel s'est quant à lui spécialisé dans la captation d'événements et de spectacles et dans la réalisation de films corporate, de documentaires, d'animation, de fiction et de clips vidéo pour le cinéma et la télévision. Xbo Films et Melting Productions se concentrent en revanche essentiellement sur l'animation. Ouverte en 2003 par Dominique Deluze et Luc Camilli, la société toulousaine explore les diverses formes d'expressions artistiques offerte par l'animation traditionnelle et numérique. Outre *Kiwi*², une série en volume et 2D d'apprentissage de l'anglais pour France Télévisions, la société est aussi associée au nouveau film de Florence Mialhe, *La Traversée* (75', peinture animée)³ pour Arte. Enfin, Florent Guimberteau a orienté sa société Melting Productions vers les films et les séries pour enfants et adultes : *Maurice et Patapon* (26 x 2') pour France 4 et Ciné+, *Bitmuch* (16 x 4') pour Studio 4 (France Télévisions).

¹ Qui est par ailleurs la réalisatrice de la série animalière *Ibinou*, actuellement en développement avec Melting Productions (52 x 7')

² Conçue avec Double Mètre Animation, trois saisons de 26 x 5'.

³ Avec Les Films de l'Arlequin, Balance Film et Maurfilm.

■■■ décalée sur l'agro-alimentaire et les multinationales, cette série fantastico-satirique (10 x 7'), codéveloppée par Anoki et Melting Productions, est associée à un court métrage de 20' en développement pour Vosges TV. Des discussions sont en cours avec Canal+. Xbo Films prépare pour sa part *Radio Pilotis*, un court métrage de 14 minutes. Orientés vers des productions qu'ils

Les quatre associés n'excluent pas que Les Affranchis puissent aussi fabriquer pour des producteurs tiers.

veulent le plus souvent « créatives, singulières et d'auteurs », les quatre associés n'excluent pas que Les Affranchis puissent aussi fabriquer pour des producteurs tiers, dans la mesure où les projets respectent la ligne éditoriale affichée.

« Dans l'idéal, nous souhaitons avoir en permanence une série d'animation et un court métrage fabriqués en parallèle. Nous sommes attachés à produire ces deux types de programmes, car le court métrage offre dans le même temps une plus grande possibilité de recherche artistique », estime Alwa Deluze. « En termes économiques, l'ambition du



Une histoire de Jeannot, un court métrage de 15' porté par Xbo Films et La Luna Productions.
Photo © Crédits Xbo Films & Laluna

studio est d'atteindre rapidement, et avant la fin de la première année, un chiffre d'affaires de 500 000 euros. » Une manière pour les associés de rentabiliser l'investissement de 30 000 euros consenti ensemble pour l'ouverture du studio – « car chacun a mis son propre matériel dans le pot commun » – mais aussi d'envisager une nouvelle vague de recrutements à moyen terme. Les fondateurs des Affranchis n'ont sollicité aucune aide de la Région pour monter

leur projet, mais prévoient de mobiliser les organismes publics afin d'obtenir un agrément et faire en sorte que le studio devienne un lieu de formation professionnelle dans le domaine de l'animation 2D.

« Il n'y a pas de formation en 2D dans la région, or nous souhaitons que Les Affranchis soient aussi une structure de formation agréée pour les techniciens dans l'animation 2D. Cette activité ouvrira au printemps, c'est l'objectif du premier trimestre », assure Alwa Deluze. « De courte durée, nos formations s'adresseront aux demandeurs d'emplois et jeunes diplômés des écoles d'art. »

Les Affranchis ont également vocation à être un lieu d'accueil de jeunes artistes, d'échanges et de compétences. « L'objectif du studio est bien de renforcer le dynamisme du marché de la production 2D sur le territoire », revendique Alwa Deluze. D'où la nécessité de trouver très vite un lieu dédié⁶. Les quatre associés s'y emploient activement. ■

Pascale Paoli-Lebailly

Marie Régis : de la production documentaire à l'animation

Marie Régis est diplômée en droit public de l'audiovisuel (Toulouse, 2002) et est titulaire d'un DEA en droit et communication audiovisuelle (2002). Après des stages au comité territorial de Toulouse du CSA et au sein de la chaîne locale TLT, elle débute en 2004 à Paris à la Compagnie des Phares et Balises (Jean Labib). Recrutée comme juriste et assistante de production, elle devient chargée de production sur des documentaires l'année suivante. En 2007, elle rejoint au même poste la société Image et Compagnie (Serge Moati), au sein de Lagardère Studios. En 2011, Marie Régis est nommée directrice du développement numérique, de la distribution et de la communication des documentaires. A partir de 2015, elle ajoute à ses fonctions celle de productrice exécutive web junior. Marie Régis quitte le groupe en 2015 pour suivre une formation à l'école de l'image des Gobelins, en journalisme vidéo pour le web et en conduite de projets digitaux. De retour à Toulouse à partir de juillet 2017, Marie Régis prend la direction du nouveau studio d'animation 2D Les Affranchis, cofondé par les sociétés Anoki, Le-loKal, Xbo Films et Melting Productions. Elle est également productrice chez Anoki.

⁶ Il est pour l'instant hébergé dans les locaux de la société Le-loKal.

TS Productions

(Miléna Poylo et Gilles Sacuto)

Lauréat du Fipa d'Or 2017 pour le documentaire *En équilibre*, TS productions tient à l'équilibre depuis plus de 20 ans, entre longsmétrages de fiction et documentaires d'auteurs. Elle compte aujourd'hui développer la fiction TV, unitaires et séries.



Le Fipa d'Or 2018 du documentaire national attribué à *En équilibre* d'Antarès Bassis et Pascal Auffray, le 27 janvier à Biarritz, a donné un coup de projecteur sur la production documentaire de TS Productions. La société fondée en 1996 par Miléna Poylo et Gilles Sacuto est plus connue pour ses succès au cinéma, qui lui ont notamment valu sept Césars, dont celui du Meilleur film pour *Séraphine* de Martin Provost en 2009, ou celui de la meilleure adaptation pour *Mademoiselle Chambon* de Stéphane Brizé en 2010, ou encore les nominations en 2010 d'*Incendies* de Denis Villeneuve aux Oscars, Césars, et aux Baftas dans la catégorie Meilleur film en langue étrangère.

En équilibre, portrait subtil du duo formé par Victor et Kati, deux artistes de cirque, acrobates et couple à la ville et à la scène, fondateurs du cirque Aïtal, est à l'image de la production documentaire défendue par Céline Loiseau et Delphine Morel, qui ont rejoint TS respectivement en 2005 et 2009 : des films d'auteurs libres sur une large palette de sujets. En 2017, elle a coproduit aussi bien *James Stewart/Robert Mitchum, les deux visages de l'Amérique* de Grégory Monro pour OCS qu'*Une aventure théâtrale, 30 ans de décentralisation* de Daniel Cling, avec des télévisions locales (TV Rennes, Vosges Télévision), projeté dans les salles d'art et essai accompagné d'un débat.

Repères

Création : 1996
Associés-fondateurs : Miléna Poylo, Gilles Sacuto (producteurs long métrage et fiction)
Producteurs : Anthony Doncque (long métrage et fiction), Myrina Mané (fiction, jeunes auteurs), Céline Loiseau (documentaires), Delphine Morel (documentaires).
Effectif : 7
Siège : Paris 6
CA 2016 : 3,3 M€

Documentaires d'auteurs et longs métrages

Cette production prend le temps de ses sujets et celui qu'il faut pour réunir les financements ; elle leur laisse la liberté de la forme. Elle a construit au fil des ans un catalogue d'une trentaine d'œuvres. Il sera enrichi cette année de 4 à 5 nouveaux films. Parmi eux, un long métrage de Jacques Deschamps, *Les Petits Maîtres du grand hôtel*, tourné au sein de l'école hôtelière de Grenoble, est en partie chanté. Et un film court de 30', *Au kiosque citoyens*, (30'), coproduit avec Paris Brest Production pour l'unité court métrage de France 3, met en scène la réalisatrice Nadine Naous, d'origine libanaise, qui s'est installée dans un kiosque à journaux du 18^e arrondissement parisien, pendant la campagne de 2017. Céline Loiseau a déjà produit deux autres films de Nadine Naous, *Chacun sa Palestine* (coréalisé avec Léna Rouxel), et *Home Sweet Home* (Étoile de la Scam).

TS cultive la fidélité à ses auteurs. « C'est du temps gagné pour la suite, quand on a construit une complicité », commente Gilles Sacuto. Olivier Bourneillon qui achève un documentaire sur le chef d'orchestre *Jean-Christophe Spinosi* est un des auteurs réguliers de TS, Delphine Morel qui en développe un autre, aussi.

Côté longs métrages, TS Productions a produit 5 Films de Stéphane Brizé, depuis *Le bleu des villes* en 1996 à *Une Vie* en 2016, en passant par *Je ne suis pas là pour être aimé*, *Mademoiselle Chambon* et *Quelques heures de printemps*.

Des projets de séries

Deux longs métrages de fiction, et 3 à 4 documentaires pour la télévision ou le grand écran par an : tel est le rythme de production de TS ces dernières années. *Tel Aviv On Fire*, une comédie israélienne qui met en scène un stagiaire palestinien travaillant sur un feuilleton populaire en Palestine et Israël, fera partie des sorties 2018.

Mais TS ne s'interdit pas la fiction TV. En 2015, la société a produit un unitaire pour Arte, *L'Annonce*, de Julie Lopes Curval, avec Alice Taglioni, qui lui a valu le prix de la mise en scène au festival de La Rochelle.

« Nous aimerions faire plus régulièrement de la fiction TV » déclare Gilles Sacuto. De fait, deux unitaires sont à l'étude, un avec Thierry Binisti et un autre qu'écrit Gaël Morel, auteur de *Prendre le large*, avec Sandrine Bonnaire, le dernier long

métrage produit en 2017 par TS. La société codéveloppe aussi avec Quad Productions, un projet de série policière de 6 x 52' autour des compétitions de biathlon et de ses sportifs. ■

Isabelle Repiton

Projets & productions

En développement ou en écriture

Longs métrages

L'enfant rêvé, de Raphaël Jacoulot. Scénario de Raphaël Jacoulot.

Adaptation et dialogues de Benjamin Adam et Raphaël Jacoulot.

Un pas de côté, d'Anna Novion - Scénario d'Anna Novion et Agnès Feuvre.

B comme Baldam, comédie d'Emanuel Hoss-Desmarais. Scénario : Stéphane Lafleur et Emanuel Hoss Desmarais, d'après le roman *Baldam, l'improbable* de Carle Coppens. Coproduction Micro-Scope (Canada) et Tarantula (Belgique).

Documentaires

Face au but, de Fabrice Macaux.

Green Line, de Sylvie Ballyot, avec le soutien du CNC et des régions Occitanie, Paca et Normandie.

La parabole de Conques, de Cécile Allegra avec le soutien de la Procirep développement.

Bougainville et le Tahitien Ahoturu, de Delphine Morel.

Khlaed El Masri, une histoire allemande d'Elisabeth Jonniaux, avec l'aide à l'écriture et au développement du CNC.

Fiction TV

Le meilleur d'entre nous (autour de l'univers biathlon), série policière, 6 x 52', avec Quad de Lucie Prost.

En production et en postproduction

Documentaires

Les Petits Maîtres du Grand Hôtel, long métrage de Jacques Deschamps.

Coproduction Rhône Alpes Cinéma. Distribution Jour2Fête.

Sacrée musique, *Jean-Christophe Spinosi l'âme de l'orchestre* (52') d'Olivier Bourbeillon. Coproduction Paris Brest Productions, France 3 Ouest, Tébéo, avec le soutien de la région Bretagne, de la Procirep, de la Sacem.

Au kiosque citoyens, de Nadine Naous (30'). Coproduction Paris Brest Production, avec la participation de France 3, du CNC, de la Procirep et de la région Bretagne.

Le bon changement, de Konrad Skolajski, en coproduction avec ZK Studio (Pologne) et Public Sénat. Préachats : SVT, RTS, Aljazeera Balkan, DRT.

Une immersion dans le parti conservateur Loi et Justice qui gouverne actuellement la Pologne.

Parler avec les morts, de Taina Tervonen, avec le soutien du CNC, de Ciclic, et de la Scam.

Socialistes (2012-2018), *la disparition*, de Grégoire Biseau et Cyril Leuthy coproduction Public Sénat.

Fictions

Tel Aviv On Fire (1h35), comédie de Sameh Zoabi. Coproduction Lama Films (Israël), Samsa Films (Luxembourg), Artemis Production (Belgique).

Gaspard va au mariage, d'Antony Cordier

distributed by Pyramide le 31 janvier 2018

Gaspard va au mariage, réalisé par Antony Cordier avec Félix Moati et Laetitia Dosch, distribué par Pyramide, est sorti en France sur 108 copies dont 13 à Paris, le 31 janvier. Le film est produit par Agat & Cie/Ex Nihilo (France) et Artémis Productions (Belgique).



Félix Moati dans *Gaspard va au mariage* d'Antony Cordier
Photo © Pyramide

Le film a été acquis par Pyramide sur scénario, présenté par le producteur Nicolas Blanc (Agat & Cie/Ex Nihilo). « Nous avons eu un coup de cœur pour ce projet, et nous avons par ailleurs adoré le premier film du réalisateur, *Douche froide* (2005) », indique à *Satellifax* Roxane Arnold, directrice de la programmation et de la distribution de Pyramide Distribution. *Gaspard va au mariage* est positionné comme une

comédie « à la fois auteur et familiale, à la fois singulière et universelle, à la fois tendre et décalée ». Le film cible en premier lieu les 35-50 ans urbains mais « peut parler à tous et donc aller au-delà », précise Roxane Arnold.

Synopsis du film :

« Après s'être tenu prudemment à l'écart pendant des années, Gaspard, 25 ans, doit renouer avec sa famille à l'annonce

du remariage de son père. Accompagné de Laura, une fille fantasque qui accepte de jouer sa petite amie le temps du mariage, il se sent enfin prêt à remettre les pieds dans le zoo de ses parents et y retrouver les singes et les fauves qui l'ont vu grandir... Mais entre un père trop cavaleur, un frère trop raisonnable et une sœur bien trop belle, il n'a pas conscience qu'il s'apprête à vivre les derniers jours de son enfance. » ■ ■ ■

Un « film choral où chaque personnage existe »

La place du casting dans la promotion du film a été « énorme ». Les acteurs ont tous été très sollicités et ont joué le jeu de la promotion, à l'exception de Marina Foïs, qui était en tournage. Gaspard va au mariage est un « film choral où chaque personnage existe et où chaque acteur est formidable », précise Roxane Arnold.

Campagne d'affichage et films annonces :

En S-1, 380 flashes Unik ont été déployés dans le métro ainsi que 1 200 faces Insert dans les rues. Des films annonces ont été diffusés chez MK2 les deux semaines avant la sortie en salles. En S-1, Pyramide a eu recours à des préventifs chez UGC et du web chez Gaumont-Pathé.

Campagne d'avant-premières :

Plusieurs avant-premières ont eu lieu en présence de l'équipe du film : lors des festivals d'automne (Bordeaux, Arras, Sarlat, Villefranche-sur-Saône, Albi, et Muret) et en janvier (Bressuire, Biarritz, Tours, Poitiers, Limoges, Montbéliard, Antony, Saint-Ouen, Blois ou encore Montreuil). Partout, « les retours du public ont été excellents ».

La promotion du film :

Pour faire la promotion du film, de nombreux goodies ont été créés, notamment autour des animaux (l'intrigue se déroule dans un zoo), avec des balles anti-stress ou encore des tatouages promotionnels qui ont « inondé la France ».

Une campagne a été menée sur le digital, avec des achats sur AlloCiné, SensCritique, Au Féminin, Comme au cinéma ou 20 minutes. Un travail a été mené sur les réseaux sociaux avec l'agence Way to Blue.

Le casting a par ailleurs participé à plusieurs plateaux TV sur *Quotidien* (TMC), le JT 19.45 (M6), le JT 19/20 (France 3), l'Invité (TV5 Monde), la plate-forme e-cinema d'Audrey Pulvar ou encore *Le plein de culture* (beIN Sports).



En S-1, 380 flashes Unik ont été déployés dans le métro ainsi que 1 200 faces Insert dans les rues.
Photo © Crédits Satellifax

Les partenaires du film sont *Télérama*, *Les Inrocks*, *Le Monde*, *La Septième Obsession*, *Nova*, *OCS*, *Paris Première*, *SensCritique*, *Au féminin*.

Les principales sorties du 31 janvier :

Outre *Gaspard va au mariage*, les principaux films qui sont sortis le 31 janvier sont *Wonder Wheel*, de Woody

Allen (Mars Films), *Les Tuche 3*, d'Olivier Baroux (Pathé), *Horse Soldiers*, de Nicolai Fuglsig (Metropolitan filmexport), *L'insulte*, de Ziad Doueiri (Diaphana Distribution) et *Sparring*, de Samuel Jouy (EuropaCorp). ■

Julie Souvestre

The Voice

Divertissement

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



Les auditions à l'aveugle de The Voice avec Florent Pagny, Zazie, Mika et Pascal Obispo.
Photo © Franck Castel/TF1



Nikos Aliagas dans la saison 7 de The Voice.
Photo © Franck Castel/TV/Bureau233/TF1

Chaîne : TF1.

Production : Shine France puis ITV Studios France depuis la saison 7 lancée en janvier 2018.

Genre : divertissement.

Format original : adapté de l'émission musicale néerlandaise *The Voice of Holland*, créée par le fondateur d'Endemol, John de Mol.

Première diffusion : 25 février 2012 sur TF1.

Présentation : Nikos Aliagas en prime time et avec Karine Ferri en seconde partie de soirée.

Concept : *The Voice* est un concours de talent musical dans laquelle des « coaches » doivent choisir les membres de leur équipe sur une audition à l'aveugle, avant de les coacher durant plusieurs semaines.

Les « coaches » 2018 : Zazie, Florent Pagny, Mika, Pascal Obispo.

Nombre de saisons : 7.

Jour et heure de diffusion : TF1 diffuse le divertissement le samedi en prime time. La septième saison a démarré le 27 janvier. Le programme est suivi d'une émission sur les coulisses du show.

Durée : environ 2h30 par émission.

Lancement de saison

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018 *
Date	25/02/12	02/02/13	11/01/14	10/01/15	30/01/16	18/02/17	27/01/18
Nb de télés. (millions)	9,3	9,6	10,1	8,8	8,1	7,7	6,4
Pda 4+ (%)	38	40	40	36	37	35	31
Pda Fem-50 ans RDA	54	53	59	48	51	48	45
Pda 15-24 ans	62	57	67	59	51	56	38

* Audiences non consolidées

Finale de saison

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Date	12/05/12	18/05/13	10/05/14	24/04/15	14/05/16	10/06/17
Nb de téléspect. (millions)	7,7	7,4	6,4	6,6	5,5	5,3
Pda 4+ (%)	34	33	29	31	26	30
Pda Fem-50 ans RDA	44	42	39	39	32	39
Pda 15-24 ans	44	46	39	43	34	35

Depuis la première émission de la saison 3, qui a battu un record historique, à 10,1 millions de téléspectateurs (40 % de pda sur les 4 ans et plus et jusqu'à 67 % sur les 15-24 ans), les lancements de saison de *The Voice* se tassent d'année en année, jusqu'à tomber, samedi dernier pour le démarrage de la saison 7, à 6,4 millions de personnes et 31 % de pda (en audiences non consolidées) en prime time puis 1,9 million (19,2 % de pda) en deuxième partie de soirée. Sur les 15-24 ans, la chute est plus sévère encore, l'émission ayant perdu 18 points de pda entre les deux derniers lancements (de 56 à 38 % de pda). Pour autant, l'émission reste très attractive sur les femmes de moins de 50 ans responsables des achats (RDA), à 45 % de pda. Le même constat se fait sur les finales, dont aucune n'a atteint le score historique de la saison 1, à 7,7 millions de téléspectateurs et 34 % de pda. En six saisons, la finale du programme perd 2,4 millions d'individus pour s'établir à 5,3 millions en juin 2017. En revanche, la pda sur l'ensemble du public chute, elle, de seulement 4 points, passant de 34 à 30 %.

Moyenne de saison en prime time

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nb d'émissions	12	16	18	16	16	16
Nb de téléspect.(millions)	7,8	8,0	7,5	7,1	6,9	6,4
Pda 4+ (%)	34	35	33	32	32	30
Pda Fem-50 ans RDA	47	47	46	43	43	42
Pda 15-24 ans	48	49	49	45	42	42

Après une saison 2 exceptionnelle, à 8 millions de téléspectateurs en moyenne (35 % de pda sur la cible élargie et près de 50 % sur les 15-24 ans), *The Voice* voit sa performance décliner au fil des saisons suivantes, avec un nombre d'émissions qui se maintient à 16 %, excepté en 2014 (18). Depuis la deuxième édition, elle a perdu 1,6 million d'individus (6,4 millions en moyenne en 2017), mais sa pda sur la cible élargie reste élevée, à 30 % en 2017 (-5 points sur la saison record de 2013), soit environ 10 points au-dessus de la moyenne de la chaîne. Sur la cible féminine et les jeunes adultes, elle se maintient également à un haut niveau depuis deux ans.

Moyenne de saison en deuxième partie de soirée

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nb d'émissions	12	16	18	16	16	16
Nb de téléspect. (millions)	4,2	3,1	2,8	2,2	2,1	1,9
Pda 4+ (%)	29	25	23	20	20	18
Pda Fem-50 ans RDA	39	33	29	25	25	24
Pda 15-24 ans	42	35	36	30	28	28

En deuxième partie de soirée, l'émission est moins puissante qu'en prime time sur toutes les cibles et sa performance décline également d'année en année, après une première saison particulièrement élevée (4,2 millions de personnes, 29 % de pda). Sur la dernière saison, elle passe sous les 20 % de pda (18 %) sur la cible élargie et les 2 millions de téléspectateurs (1,9 million), mais reste, malgré cette baisse continue, l'un des programmes les plus performants de la chaîne sur la case horaire.

Persona, le film qui a sauvé Ingmar Bergman

Documentaire

2018 sera l'année Ingmar Bergman. Pour mieux connaître le maître du cinéma suédois mort en 2007 à l'âge de 89 ans, l'auteur Maria Sjöberg et la réalisatrice Manuelle Blanc ont fait le choix de raconter une année charnière de sa vie : l'année 1965, celle durant laquelle il a réalisé *Persona*. Basé sur des séquences de making-of, des photos de tournage, des lectures de son journal intime, ainsi qu'une archive audio inédite en télévision, ce documentaire donne principalement la parole à Ingmar Bergman pour nous relater cette année si particulière. Ce récit est aussi éclairé par des personnalités qui ont été marquées par son œuvre, telles Liv Ullmann, Arnaud Desplechin, Darius Khondji, N.T. Binh...



Crédits photo © Sven Nykvist/AB Svensk Filmindustri

Fiche technique

Durée : 53 minutes.

Production : Camera Lucida Productions, en coproduction avec Arte France.

Producteurs délégués : François Bertrand et Sylvie Gautier.

Diffuseurs : Arte France, Planète+ (Pologne), RUV (Islande), Channel One (Russie), YLE (Finlande), Ceska TV (République tchèque), Synapse TV (Brésil).

Format : HD.

Budget : 321 386 €.

Tournage : Paris (3 jours), Nice (1 jour), Caen (1 jour), Suède (6 jours).

Diffusion : mercredi 7 février 2018 à 22h50 sur Arte.

Scénariste : Maria Sjöberg.

Réalisatrice : Manuelle Blanc.

Interprètes : Sophie Barjac et Bertrand Farge.

Plan de financement (en euros)	
Arte France	150 000
- dont droits antenne	72 800
- dont droits coproduction	77 200
CNC (Cosip)	60 500
Procirep - Angoa	13 500
MG Distributeur (CPB International) (dont préachats de Channel One, YLE, Synapse TV, Planète +, Ceska TV, RUV)	6 000
Apport producteur (Camera Lucida)	91 386
Total	321 386



Crédits photo © AFP

Répartition des dépenses par poste	€	%
Droits d'auteur	72 036	22,4
Personnel	81 801	25,5
Interprétation	1 050	0,3
Charges sociales	48 949	15,2
Décors, costumes	3 091	1,0
Moyens techniques	20 835	6,5
Pellicule, labo	15 283	4,8
Transports, défraiements, régie	12 891	4,0
Rémunération producteur	20 000	6,2
Assurances et frais financiers	6 811	2,1
Frais généraux	38 639	12,0
Total	321 386	100

Rubrique réalisé pour Satellifax par **CLAIR de LUNE**

NoTa
NEW ON THE AIR

Deux fois par mois, retrouvez les formats qui font les succès des chaînes étrangères, et créent les tendances internationales. Cette rubrique est rédigée en anglais.



Original title
Op Goed Geluk
Local title
Op Goed Geluk
Format title
The Dating Game
Translated title
Good Luck
Country of broadcast

The Netherlands
Genre/Subgenre
Entertainment / Reality
Developed in
The United States
Keywords
Couples - Experiment -
Love - Relationships
Produced in

The Netherlands
Producers
Sander Palte
Production companies
Endemol Shine Studios
Distributors
2waytraffic
Cast
Gordon Heukeroth (host)

Concept

“Op Goed Geluk” is a programme that allows single people to choose from three candidates in order to, hopefully, find their ideal partner. The programme is the adaptation of the US game show The Dating Game.

Description

Singles can choose from three potential partners, in an attempt to find love again. The choice of the single man or woman is based on the candidates’ answers to all sorts of questions, not on their looks, as the single person is not able to see the potential suitors sitting behind a screen. In the end the single man or woman chooses one partner to go on holiday with. In a later episode, viewers can see a report of this trip and find out if the pair fell in love or not.

Environment

The programme is led in by the game show “Weet Ik Veel” and is led out by the news programme “RTL Nieuws”. The programme competes with the sports programme “Studio Sport Eredivisie” on NPO 1, the news programmes “Hart Van Nederland” and “Shownieuws” and a movie on SBS6.

Broadcast details

Channel	Typical duration	Frequency	Time slot
RTL 4	70 minutes	Weekly (Sat)	22:25

Premiere details

Date	Day	Time	Duration
20/01/2018	Saturday	22:26	70 minutes

	6 +	20 - 49	20 - 34
	Msh %	Msh %	Msh %
Premiere performances*	23.3	26.2	23.6
vs. Channel Timeslot performances (prime time)	16.7	18.6	17.4

*The program scored a market share of 23.3% among total individuals, while the channel has a 16.7% average market share in this target during prime time.

Source: Eurodata TV Worldwide / Stichting KijkOnderzoek / GfK



Retrouvez les nouveaux programmes à l'origine des tendances TV internationales sur www.e-nota.com et suivez leurs performances dans plus de 110 territoires.

Pour plus d'informations, contactez:
Frédéric Vaulpré - Directeur Eurodata TV Worldwide
fvaulpre@eurodatatv.com / Tel: +33 (0) 1 47 58 97 57

Netflix : *Altered Carbon*, une série emballante

A l'occasion de la sortie vendredi 2 février de sa nouvelle série originale US *Altered Carbon* (10 x 59') créée par Laeta Kalogridis (*Avatar*) et adaptée d'un roman de Richard Morgan, Netflix a ouvert à Paris, 23 rue du Roi-de-Sicile à Paris 4^e (proche des bureaux de *Satellifax*) un lieu éphémère (26 janvier au 1^{er} février) pour en faire la promotion.

On est en 2384 : grâce à une pile posée dans le cortex cérébral, il devient possible de commander un nouveau corps sur mesure, doté de toutes les capacités souhaitées. Après une analyse du visage, le corps actuel est glissé dans une pochette transparente qu'un assistant clôt d'une fermeture Eclair. On passe ensuite au choix du nouveau corps, qui est alors stocké dans une poche amniotique, à n'ouvrir que le 2 février 2384.

Notre envoyé spécial, Joël Wirsztel, s'est prêté à l'expérience.



Pour devenir immortel, c'est ici ! ➡

⬇ Et l'accueil est excellent !





↑ Capture du visage...
...emballage du corps ➔

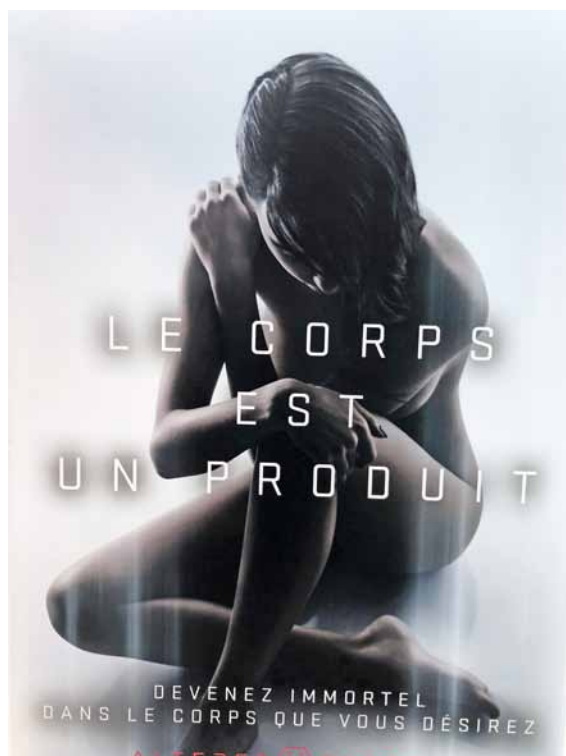


➔ Et hop, c'est emballé. Reste 40 ans à vivre... Emballant !



Au moins
ne pas se
retrouver
tout seul à
l'avenir ! ➔





↑ Choix du nouveau corps...

...nouveau corps en préparation ↓

← # Metoo

Et voilà, le nouveau corps est livré pour un transfert définitif le 2 février 2384 (photo montage...) ↓



↑ Des images de la série en projection

Et, tant qu'on y est, la recommandation de la rédaction, tout proche, 25 rue du Roi de Sicile, Tavline, un (excellent) restaurant israélien. →



Textes et photos : Joël Wirsztel