



Synthèse des Rencontres Professionnelles

par François Bensignor

Saint-Laurent du Maroni

15 ~ 17 octobre 2019



Sommaire

Introduction	P. 3
Audiovisuel public en Outre-mer : une nouvelle ère	P. 4
France Télévisions et l’Outre-mer	P. 5
Les engagements liés au Pacte de visibilité des Outre-mer	
L’Outre-mer à France Télévisions	
La situation du documentaire	
Le portail numérique	
Produire en région	P. 7
Contrats d’Objectifs et de Moyens (COM) et autres dispositifs régionaux	
Nouvelle Aquitaine	
Hauts de France	
Auvergne-Rhône-Alpes	
Pédagogie en Outre-mer	
Coopération Amazonie-Caraïbes	P. 9
Projet Interreg	
Les grands axes du projet de Guyane La 1ère	
Coopération Guyane-Brésil	
Télévisions partenaires	
Brésil	
Trinidad & Tobago	
Haïti	
Annexes	P. 11
1- Les organismes professionnels	
2- Les intervenants et les participants	
3- Pacte pour la visibilité des Outre-mer	
4- Composition du comité de suivi du Pacte de visibilité	

Introduction

Autant le Fifac veut donner à voir le meilleur du documentaire d'Amazonie et des Caraïbes, autant il veut créer les conditions d'un marché professionnel, en organisant des colloques et surtout des rencontres entre professionnels permettant la structuration et le développement de la filière à l'échelle de la grande région.

Cette première édition des rencontres professionnelles du Fifac est marquée par la réforme de l'audiovisuel public décidée par le gouvernement en juillet 2018. La réforme cherche à augmenter la visibilité de l'Outre-mer en métropole dans l'ensemble de l'offre de France Télévisions (France 2, France 3, France 5) et avec le lancement d'une plate-forme numérique dédiée aux Outre-mer au premier trimestre 2020. L'arrêt de France Ô est programmé en août 2020 ; les antennes 1ères verraient leur fonctionnement renforcé avec notamment un budget doublé pour le documentaire ultra-marin.

Le Fifac a organisé de nombreux temps forts où il faut remarquer l'importante délégation de France Télévisions avec plus de 20 représentants accrédités :

- colloque Produire en région avec la collaboration du Spacom (Syndicat des producteurs de l'audiovisuel et du cinéma en Outre-mer) et de France Télévisions
- colloque sur la coopération interrégionale organisé par Guyane La 1ère
- 5èmes Rencontres de coproduction Doc Amazonie Caraïbe, en partenariat avec Doc Monde
- session ouverte de pitches
- masterclass et conférences.

Au total, 143 professionnels ont été accrédités pendant le Fifac, issus d'une quinzaine de territoires ou pays d'Amazonie Caraïbe. La majorité des débats étaient traduits simultanément anglais/français, et enregistrés permettant un travail sérieux de synthèse.

Nombreux ont été les liens tissés, rendez-vous de travail effectués et futures collaborations ou contrats envisagés. A l'heure de la réforme de l'audiovisuel public et du bouleversement en cours au sein du Pôle Outre-mer de France Télévisions, nombreux sont les producteurs ultra-marins qui regrettent déjà leur absence au Fifac. Fort heureusement pour eux, l'acte II des rencontres professionnelles s'annonce déjà lors de la deuxième édition du Fifac, du 6 au 10 octobre 2020.

C'est tout l'objet du Fifac : donner à voir le meilleur de nos territoires et donner les conditions afin que le meilleur puisse s'y envisager.

Didier Urbain

Audiovisuel public en Outre-mer : une nouvelle ère

L'annonce par le gouvernement français de la disparition, fin août 2020, de la chaîne de télévision publique France Ô, dédiée aux Outre-mer, a donné lieu à l'élaboration du "Pacte pour la visibilité des Outre-mer", signé le 11 juillet 2019 par les ministres de la Culture et des Outre-mer, ainsi que par la présidente de France Télévisions.

Ce Pacte est constitué de 25 engagements [cf. ANNEXE 3, *Pacte pour la visibilité des Outre-mer*], qui doivent permettre à France Télévisions « d'améliorer de façon concrète et pérenne la représentation des Outre-mer au travers de trois axes principaux :

- Un "réflexe outre-mer" dans l'ensemble de l'offre. C'est à dire : plus de premières parties de soirée ultramarines ; plus de présence dans les grandes éditions d'informations nationales ; la mobilisation de la rédaction nationale ; la mise en place d'une unité de programme outre-mer transverse...
- S'ouvrir aux Outre-mer à travers des espaces dédiés. Avec : un magazine quotidien consacré aux Outre-mer ; un rendez-vous d'information régulier sur France 3 ; un portail numérique national dédié ; une exposition régulière des documentaires ultramarins...
- Renforcer les liens du Pôle Outre-mer avec les territoires et l'Hexagone. C'est-à-dire : une diffusion en HD des chaînes La 1ère ; la production d'un feuilleton tourné en Outre-mer ; un soutien accru à la production documentaire locale ; un plan de formation au numérique pour le Pôle Outre-mer... »

[Source france.tv pro :
<https://www.francetvpro.fr/corporate/communiqués-de-presse/29826693>]

France Télévisions et l'Outre-mer

Une importante délégation de responsables de France Télévisions convie les producteurs et professionnels afin d'envisager avec eux la transformation du paysage de l'audiovisuel public concernant les Outre-mer et de leur fournir le plus d'explications possibles, dans le contexte de réorganisation et de construction à l'œuvre depuis le début de l'année 2019.

Sont venus dialoguer avec les producteurs :

- Catherine Alvaresse, directrice de l'unité documentaire de France Télévisions ;
- Laurent Corteel, directeur des contenus du Pôle Outre-Mer de France Télévisions ;
- Jean-Claude Ho Tin Noé, directeur régional de Guyane La 1ère ;
- Walles Kotra, directeur exécutif du Pôle Outre-Mer de France Télévisions ;
- Béatrice Nivois, directrice des documentaires & magazines du Pôle Outre-Mer de France Télévisions.

■ Les engagements liés au Pacte de visibilité des Outre-mer

La signature du Pacte de visibilité des Outre-mer a permis d'acter deux grandes décisions budgétaires :

- Le budget alloué au documentaire sur l'ensemble du Pôle Outre-mer a doublé, passant de 1M€ à 2M€.
- Une enveloppe de 10M€ est sanctuarisée dans le budget de France Ô / Pôle Outre-mer. Celle-ci sera répartie selon trois grands axes :
 - le renforcement des antennes La 1ère ;
 - la mise en place d'une meilleure visibilité des Outre-mer sur la télévision publique ;
 - la création d'un portail numérique consacré aux Outre-mer.

■ L'Outre-mer à France Télévisions

La disparition de France Ô laisse la place à deux entités distinctes dans la structuration de France Télévisions : le Pôle-Outre-Mer et l'Unité de programmes outre-mer, créée au sein de la Direction générale déléguée aux antennes et aux programmes (DGDAP). Laurent Corteel, qui dirige cette nouvelle unité de programmes, réfère au directeur du Pôle Outre-mer et au directeur de la DGDAP, Takis Candilis. Il participe à l'ensemble des réunions de la DG de France Télévisions, au cours desquelles un point sur l'Outre-mer est abordé chaque semaine. Il travaille en lien direct avec les unités de programmes et les chaînes de France Télévisions, ainsi qu'avec la direction éditoriale de chacune des neuf antennes ultramarines.

L'organisation du Pôle Outre-mer n'est pas achevée en ce mois d'octobre 2019. Il comprend une direction des contenus, travaillant sous la responsabilité de l'actuel directeur, Walles Kotra, puis de la future directrice du Pôle Outre-mer, Sylvie Gengoul. Le directeur des contenus a en charge l'offre globale, hors information, celle-ci étant gérée par le directeur de l'information. Par ailleurs, le Pôle Outre-mer est en lien avec la DGDAP de France Télévisions.

Afin de renforcer la visibilité des Outre-mer à France Télévisions avant la disparition de France Ô, un travail éditorial a été entrepris avec les unités de programmes et les antennes, hors information. Depuis le 2 septembre, quatre créneaux outre-mer sont diffusés sur France 3. "Les témoins d'Outre-mer", rendez-vous quotidien du matin, s'appuie sur des contenus existants sur France Ô. Un journal d'information quotidien est consacré aux Outre-mer. Une case documentaire hebdomadaire a été instituée en troisième partie de soirée. Un magazine de sport-aventure / sports extrêmes est diffusé le week-end.

■ La situation du documentaire

Les territoires ultramarins étant d'une grande fragilité, il paraît essentiel de renforcer leur tissu social en racontant des histoires qui se rapportent à ces pays. Pour ce faire, une case documentaire récurrente sera mise à l'antenne de toutes les stations d'Outre-mer en première partie de soirée. Des problématiques spécifiques aux différents pays ultramarins y seront abordées, les visages de leurs habitants y seront présentés, des paroles libérées, rarement vus et entendues jusqu'à présent sur les écrans nationaux.

Cette décision actée doit être mise en œuvre. Il s'agit d'écrire, de construire et d'identifier les points de vue éditoriaux de cette case documentaire. France Télévisions souhaite diffuser des programmes consistants et utiles, fruits d'une synergie de travail avec les producteurs.

Une politique de création et d'achat de contenus doit être mise en œuvre ainsi qu'une transversalité avec l'unité documentaire nationale. Le doublement du budget documentaire doit permettre à toutes les 1ères d'offrir la possibilité aux producteurs locaux de proposer du développement sur les documentaires. L'établissement de conventions entre les producteurs et les antennes est également envisagé.

Pour les producteurs ultramarins, cette nouvelle organisation soulève de légitimes interrogations. Qu'en est-il des chemins balisés qu'ils empruntaient jusqu'alors pour proposer leurs projets de films ? À qui doivent-ils s'adresser dorénavant ? Et surtout, sur quels montants peuvent-ils compter pour leurs productions coproduites et diffusées sur les antennes ultramarines ? À ces questions précises, les réponses demeurent encore assez floues.

.../...

.../...

Certes la nouvelle unité de programmes outre-mer de France Télévisions peut devenir un interlocuteur pour les producteurs de documentaires ultramarins, mais il leur est conseillé de proposer leurs projets au directeur éditorial de l'antenne locale du territoire qui les concerne. France Télévisions affirme qu'un comité de suivi sera monté avec l'ensemble des directions des antennes et qu'un conseiller de programme accompagnera les directeurs éditoriaux et leurs équipes régionales.

Reste à savoir si la station régionale disposera de moyens suffisants pour accompagner le producteur, qui est contraint de respecter la législation impliquant des minima de financements à présenter au CNC. Parfois, en effet, du fait d'un investissement minimal de la part de la chaîne, lorsqu'elle ne peut pas fournir un apport en industrie suffisant, le producteur se trouve coincé et le projet condamné. La question du montant apporté par la chaîne pour la coproduction reste donc essentielle.

Pour France Télévisions, attribuer un montant identique à tous les projets semble impossible. En effet, chaque projet est différent de même que le coût de son financement. Les financements publics étant de plus en plus restreints, les producteurs doivent chercher des financements complémentaires pour boucler leurs budgets. La télévision publique reconnaît que ce sont des économies compliquées, et elle affirme faire de son mieux pour apporter au producteur ce qui semble le plus juste pour que les deux partenaires puissent aller ensemble jusqu'au bout du film.

■ Le portail numérique

Au premier trimestre 2020, un portail numérique consacré aux Outre-mer doit être lancé. Son financement - 2M€ la première année, 3M€ la deuxième année - provient de l'enveloppe de 10M€ sanctuarisée par le Premier ministre. La construction du portail, engagée depuis le début de l'année 2019, est pilotée par des collaborateurs de France Ô ayant des compétences numériques. Elle est accompagnée par la direction numérique de France Télévisions pour son architecture et son ergonomie.

Après une première sollicitation des producteurs, d'autres appels à projets seront lancés tant au plan local que national, afin d'envisager une offre différente de celle des antennes. L'exemple de France.tv, qui propose déjà une offre numérique de documentaires, montre que celle-ci se consomme différemment, en "preview" et non plus en "catch up", c'est-à-dire pour le téléspectateur : quand il veut, où il veut, comme il veut.

Ces nouveaux modes de consommation entraînent de nouvelles façons de faire sur le plan technique comme dans l'écriture des films. Le numérique est notamment l'occasion de déployer des séries documentaires. Comment raconter, comment transmettre en matière de documentaire où tout sujet est intéressant ? C'est affaire de récit, d'écriture, car ce qui fait la différence n'est pas le sujet, mais le projet.

Le portail numérique doit être alimenté dès le premier trimestre 2020. Les projets qui lui sont destinés vont être étudiés par un comité éditorial travaillant avec le Pôle Outre-mer et les responsables numériques des stations. Cette offre numérique spécifique aux Outre-mer est intégrée dans la stratégie globale de France Télévisions.

L'appel à projets pour la plate-forme numérique est à télécharger sur le Site du Fifac.

Produire en région

Contrats d'Objectifs et de Moyens (COM) et autres dispositifs régionaux

Les Contrats d'objectifs et de moyens (COM) représentent un enjeu important sur l'audiovisuel en région. Ils sont établis entre la Région et des diffuseurs régionaux agréés par le CNC. Ce type de contrats constitue une nouvelle possibilité pour les producteurs régionaux de diffuser leurs films.

■ Nouvelle-Aquitaine, par David Hurst.

Le COM de notre région est le fruit d'une habitude de dialogue entre les professionnels, les élus et les services, depuis la fin des années 2000. En 2011, un COM est signé avec TV7 Bordeaux, télévision locale financée par le quotidien régional Sud-Ouest. Deux contrats successifs sont signés, chacun d'une période de trois ans. Une enveloppe de 1,3M€ apportés par la région est allouée à la création et à la production avec des producteurs régionaux. Pendant six ans ont été produits tous les ans avec cette chaîne : de quatre à six courts métrages de fiction ; quatre à cinq documentaires de formats allant de 45mn à 90mn ; une émission culturelle mensuelle. Ces productions sont venues en complément des trente films faits avec France 3 et les producteurs de la région. Grâce à ce dispositif, des producteurs ont émergé avec des projets ouverts sur le monde.

Quand la région Aquitaine fusionne avec le Limousin et le Poitou-Charentes, devenant la plus grande région française, l'enveloppe annuelle du service Culture pour le cinéma et l'audiovisuel atteint près de 11M€, cumulant les fonds de la région, l'abondement du CNC et les fonds départementaux. Ce montant ne fait pas partie du COM, les crédits alloués à ce contrat provenant du service Technique, information, communication de la région. En 2016, après un an de négociations, trois nouveaux COM sont signés : avec France 3 Nouvelle-Aquitaine (1M€), TV7 Bordeaux (1,1M€), une chaîne basque (250K€) et une chaîne en occitan (250K€). Il s'agit là d'une volonté politique de la région.

Deux dispositifs existent également en région Nouvelle-Aquitaine qui favorisent les coproductions à l'international. Le premier est l'Aide aux programmes d'entreprises, qui est dédiée à des sociétés de production, sur la base d'une stratégie de développement de la production, de la promotion/diffusion des catalogues, ainsi que des déplacements sur les marchés internationaux. Pour les producteurs, il s'agit d'initier des films non seulement en région, mais à partir de la région. Ce dispositif dispose d'une enveloppe de 400K€ par an, avec un plafond à 35K€ par société. Il permet de faire des productions à l'international, à partir du moment où il y a un producteur régional délégué ou co-délégué et des dépenses en région.

Tous ces règlements sont consultables en ligne sur le site web de la région Nouvelle-Aquitaine.

Par ailleurs, la Région Nouvelle-Aquitaine a mis en place l'Agence livre, cinéma et audiovisuel culturelle (Alca), interlocutrice privilégiée des professionnels du livre et de l'écrit, du cinéma et de l'audiovisuel.

Alca : <https://alca-nouvelle-aquitaine.fr/>

■ Hauts de France, par Bruno Florentin.

La région Hauts de France s'est dotée de l'association Pictanovo, dédiée à l'émergence des talents, à la création cinématographique et audiovisuelle et à la détection des innovations dans l'ensemble des domaines de ce secteur. Cet organisme a une délégation de pouvoir, ce qui entraîne un gain de temps appréciable. Les comités de lecture documentaire et fiction sont réunis chacun tous les trois mois, une régularité très en phase avec le rythme de production d'un film. Lorsque la commission statue, les montants attribués sont publiés dès le lendemain sur Internet. Ainsi, il n'y a pas de délais d'attente. Puis quand une convention est établie, dès lors que les règles sont respectées à chaque étape (acomptes, etc.), le versement est effectué dans les deux mois. C'est loin d'être le cas dans toutes les régions.

Pictanovo n'intervient pas avec des subventions, mais avec des apports en coproduction qui sont récupérés sur les recettes du film. C'est le cas dans d'autres régions, comme Auvergne-Rhône-Alpes et Paca, mais pas dans les Outremer.

Il existe également un COM dans la région Hauts de France, établi avec des télévisions régionales, notamment Grand-Lille TV et WEO. Grand-Lille TV commence ainsi à produire quatre à cinq documentaires par an, ce qu'elle ne faisait pas auparavant. À WEO, qui coproduit quinze à dix-sept documentaires par an, est allouée une enveloppe de 250K€.

Pictanovo : <http://www.pictanovo.com/>

■ Auvergne-Rhône-Alpes, par Baptiste Brunner.

La région Auvergne-Rhône-Alpes a mis en place le Fonds d'aide à la création cinéma audiovisuel et nouveaux médias (FACCAM), qui soutient la production audiovisuelle (fiction, animation, documentaire, captation de spectacle vivant). Ces aides sélectives participent à l'émergence de talents, à la diversité de la création, à la structuration de la filière professionnelle en région et au dynamisme du territoire. En 2018, 2,86M€ ont été alloués à des projets de courts métrages, de fictions, de documentaires et d'animation. Le CNC participe à hauteur de 50% du financement : quand la région met 2€, le CNC abonde à 1€.

À chacune des trois ou quatre commissions de sélection annuelles, nous essayons de proposer des projets en développement et en production à l'international. Et en 2019, nous avons deux projets ultramarins.

FACCAM : <https://www.auvergnerrhonealpes.fr/aide/28/289-audiovisuel-aide-a-la-production-audiovisuelle-culture-patrimoine.htm>

.../...

.../...

■ Conventions de développement

Comme en témoignent deux producteurs métropolitains, des conventions de développement peuvent être signées avec des diffuseurs ultramarins, les îères ou d'autres chaînes. Ce type d'accompagnement permet de renforcer la relation auteur/producteur, ce qui conduit à densifier et amplifier l'écriture du projet. Ces conventions de développement impliquent certaines contraintes. Elles sont généralement suivies de conventions de coproduction.

Pédagogie en Outre-mer

■ Former les élus

David Hurst : « Dans les films financés par les régions françaises, les élus ont tendance à ne considérer qu'une forme de "carte postale" valorisant leur région. Trop souvent le fait que le film ait été produit par une structure établie en région, ou qu'il ait été financé par des fonds dédiés à la culture

est escamoté au profit de l'intérêt touristique. Un gros effort de pédagogie reste à faire auprès des élus, voir des responsables de chaînes, et d'autant plus dans les Outre-mer, pour faire admettre que favoriser l'émergence d'auteurs et soutenir les producteurs peut s'avérer beaucoup plus productif et efficace dans la mise en valeur des régions, même si cela doit prendre un peu de temps. »

■ Former les auteurs

Véronique Chainon : « Si la politique culturelle est forte en Guyane, le levier de la formation est essentiel. Les Outre-mer manquent d'auteurs ayant la maîtrise des codes de l'écriture cinématographique et des formations sont nécessaires dans ce domaine. Comment produire si l'on ne dispose pas de la matière première du film, qui est d'abord écrite. J'ai produit cinq films soutenus en sélectif par le CNC, mais pour que nos dossiers et scénarios puissent passer en sélection, il nous a fallu faire appel à des "script doctors" ou à des agents littéraires. Il serait très utile d'investir pour la formation de talents ultramarins, qui sont nombreux. »

Coopération Amazonie-Caraïbes

Le Projet Interreg

■ Les grands axes du projet de Guyane La 1ère

Le 16 octobre 2019, un projet de coopération a été présenté par Guyane La 1ère aux télévisions de la zone Amazonie - Caraïbes invitées au Fifac. Cette première rencontre avait pour but de préparer l'élaboration d'une proposition de coopération à soumettre à l'Union Européenne, afin de bénéficier d'un financement dans le cadre du programme Interreg Caraïbes.

Les grands axes de ce projet de coopération consistent à développer :

- des échanges de contenus ;
- des expériences de formation et d'immersion entre les différentes télévisions ;
- la couverture en commun de grands événements se tenant dans les différents pays impliqués.

Il s'agit également pour les rédactions des chaînes partenaires de développer la couverture de sujets destinés à leurs journaux d'information et magazines respectifs.

Murielle Barthélémi, directrice éditoriale de Guyane La 1ère, apportait certaines précisions.

Le dossier pour l'UE peut être déposé avec tous les partenaires, ou par Guyane La 1ère, au titre de son statut de télévision de service public, dans un objectif de coopération avec les télévisions du Brésil, d'Haïti, du Suriname, du Guyana et de Trinidad & Tobago. Dans cette dernière perspective, serait privilégiée la commission de juin 2020 du programme Interreg Caraïbes, pour lequel La Guadeloupe est la région référente.

La formation est un volet important de ce programme d'échange. Des journalistes seraient accueillis en immersion dans les différentes rédactions des chaînes partenaires. Un travail de traduction de programmes est aussi envisagé, afin de pouvoir échanger des contenus de façon fluide. France Télévisions souhaite en effet replacer le téléspectateur d'Outremer dans son environnement, en diffusant des programmes issus tant de sa zone géographique que de la métropole.

■ La Coopération Guyane-Brasil

Jean-Pierre Karam, ancien directeur d'antenne, actuellement en charge de la coopération régionale à Guyane La 1ère, fait un point sur la situation.

Les premiers projets de partenariat entre les télévisions de Guyane et du Brésil se mettent en place en 2005, à l'occasion de "l'Année du Brésil en France", et se poursuivent en 2010, dans le cadre de "l'Année de la France au Brésil". À partir de 2011, la coopération se renforce avec Rede Amazonica, chaîne privée filiale de Globo. Elle dispose elle-même de filiales à tra-

vers le bassin amazonien, offrant un vaste champ d'investigation et permettant d'accéder à des zones qui font partie de l'Amazonie, mais dont on ne parle pas suffisamment.

La coopération s'étend dans le cadre du Programme Opérationnel de coopération territoriale Interreg Amazonie 2014-2020, qui est le fruit d'un travail collaboratif, mené par la Région Guyane, autorité de gestion de Programme et ses partenaires, tant en Guyane (Etat, Conseil Général et Centre National pour les Etudes Spatiales) que dans les Etats partenaires (Suriname, Guyana, états brésiliens du Para, de l'Amapa et de l'Amazonas).

Jean-Pierre Karam précise : « Un système permettant le financement et les échanges entre médias français et brésiliens existe depuis longtemps. Il nous faut dépasser ces cadres de partenariats et aller beaucoup plus loin. Nous devons mieux nous connaître et nous rencontrer. Or le cadre juridique et financier n'est peut-être pas une nécessité pour pouvoir travailler, exprimer des choses ensemble. »

Les Télévisions partenaires

■ Le Brésil

Représenté par Simone Oliveira, responsable de la division Globo films du puissant groupe audiovisuel Globo.

Globo films diffuse des longs métrages et des documentaires dans les salles de cinéma. Ces films sont également diffusés à la télévision. Au Brésil, le public du documentaire est 200 fois plus important à la télévision que dans les salles de cinéma. En effet, TV Globo touche environ 100 millions de personnes quotidiennement.

En 2019, 88 films brésiliens ont été diffusés en salle, générant un public d'environ 24 millions de spectateurs. 22 films ont été diffusés sur TV Globo, rassemblant environ 17 millions de téléspectateurs. En matière de documentaires, 45 des 59 documentaires projetés en salle ont été produits par Globo films et 12 font partie des 91 diffusés à la télévision. 64 projets sont actuellement en préparation. Respectant son obligation légale de travailler avec des sociétés brésiliennes indépendantes, Globo films a monté des coproductions avec 58 partenaires indépendants en 2019.

Globo films, qui fait preuve d'une grande ouverture concernant la thématique des documentaires, est également intéressé à l'apport de nouvelles formes de narration, auxquelles la jeunesse est plus sensible. Globo films investit entre 100 000 \$ et 250 000 \$ par film, chaque projet étant soumis à une supervision éditoriale et bénéficiant d'un apport promotionnel conséquent. La très grande majorité des films doit concerner le Brésil ou présenter une relation avec le pays. Il est impératif que des entreprises brésiliennes indépendantes soient associées à la production des films, car Globo films ne les finance pas à 100%.

.../...

.../...

■ Trinidad & Tobago

Représenté par Lisa Wickham, présidente de Imagine Media International Ltd., ainsi que par Mariel Brown, fondatrice de la coopérative des cinéastes de Trinidad & Tobago Filmco, et directrice du Festfilm TT.

Trinidad & Tobago, qui compte 1,5 millions d'habitants, dispose de 6 chaînes de télévision gratuites, 37 chaînes de radio gratuites, 9 chaînes de télévision par câble, 13 chaînes de télévision payantes sur abonnement, 3 journaux de presse quotidienne, sans oublier les médias sociaux. C'est un environnement très compétitif.

La Trinidad & Tobago Television (TTT), télévision nationale, a été fondée en 1962, à l'indépendance de l'ex-colonie anglaise. Monopole jusqu'en 1990, elle a mal résisté aux chaînes privées et câblées, qui diffusent des contenus provenant de l'extérieur du pays. La TTT, qui diffusait des programmes locaux, a vu son audience diminuer au point que l'État a dû fermer la chaîne en 2005. Deux ans plus tard, il fondait une nouvelle entité, Caribbean New Media Group, qui a retrouvé le nom de TTT en septembre 2018.

En 2017, une consultation a été lancée par l'État, à laquelle les citoyens ont répondu qu'ils voulaient se voir à la télévision. TTT bénéficie d'un héritage patrimonial qui fidélise l'ancienne génération. Des synergies sont instaurées avec les trois radios publiques, stimulées par la couverture d'événements majeurs comme le carnaval, diffusés en télé, en radio et sur les réseaux sociaux. Alors qu'auparavant, 99% des contenus venaient d'Amérique du Nord, la tendance est en train de s'inverser en faveur des programmes du pays et de ses diasporas.

Mariel Brown : « Grâce à FilmCo, le paysage audiovisuel de Trinidad & Tobago a changé rapidement. Un long et patient travail de lobbying auprès du gouvernement a permis d'obtenir que la télévision nationale diffuse des contenus locaux. Trinidad & Tobago traverse une grave période de récession et manque de devises étrangères, ce qui l'empêche d'acheter des contenus à l'extérieur. C'est ce qui nous a permis de convaincre le gouvernement. Ainsi, en février 2019, un accord de partenariat a été signé avec TTT, pour la programmation hebdomadaire, en début de soirée, de six heures de contenus locaux. Une avancée qui doit aller de paire avec une évolution de l'industrie audiovisuelle, qui n'a pas été habituée à voir ses programmes distribués. »

■ Haïti

Représenté par Kethia Piard, coordinatrice de la direction culturelle et éducative de la Télévision Nationale d'Haïti (TNH).

La première télévision haïtienne, Télé Haïti, a été installée en 1959. Et la TNH a vu le jour le 23 décembre 1979, sous la dictature de Jean-Claude Duvalier. La TNH dépend du budget de l'État et n'a pas de grands moyens économiques. Elle produit le journal télévisé et des émissions diffusées en temps réel. Elle est rompue au direct : c'est la seule télévision en Haïti capable de couvrir des événements importants comme le carnaval. En terme de production de documentaires et de films, la TNH s'intéresse essentiellement au local. Haïti reçoit beaucoup d'images de l'étranger, notamment des chaînes de télévisions françaises ou de TV5 Monde.

La concurrence est rude avec les nombreuses télévisions privées implantées en Haïti. C'est pourquoi la TNH ouvre ses écrans et ses studios aux jeunes producteurs indépendants haïtiens, voire même aux étrangers, susceptibles de booster sa programmation.

Haïti est le seul pays indépendant de la Caraïbe où l'on parle français et la France apporte déjà du contenu. La proposition de partenariat avec d'autres chaînes de la zone Amazonie-Caraïbe est une opportunité pour la TNH de montrer tout d'Haïti, et pas seulement le pire, que beaucoup de chaînes étrangères se plaisent à diffuser.

La proposition faite par France Télévisions aux chaînes partenaires de rejoindre sa plateforme Outre-mer est intéressante pour les petites télévisions de la Caraïbe. La possibilité de mettre les programmes sur une même plateforme permettrait aux chaînes partenaires d'y trouver les images qui les intéressent. Par ailleurs, un accord global permettrait d'éviter les tensions sur la question des droits, mais aussi d'avoir un regard sur les commentaires qui pourront être ajoutés à ces images.

Le 23 décembre 2019, pour marquer ses 40 ans d'existence, la TNH lancera une plateforme payante, où tous ses contenus audiovisuels seront disponibles.

Annexe 1

Les organismes professionnels

■ G-CAM, association Guyane-Cinéma, Audiovisuel et Multimédia.

Créée fin 2009, suite aux 1ers États Généraux sur les enjeux du développement du Cinéma et de l'Audiovisuel en Guyane, qui se sont tenus à Saint-Laurent du Maroni, la G-Cam rassemble 50 adhérents. La G-Cam permet la mise en commun des expériences de ses membres afin de : promouvoir le cinéma et l'audiovisuel ; former et informer la jeunesse guyanaise ; défendre les intérêts d'une industrie dont la portée culturelle et économique est un enjeu dans le développement du territoire.

■ Lumière du Monde

Créé en 2011, le collectif Lumière du monde réunit plus de 100 producteurs venus d'Afrique, d'Eurasie, de la Caraïbe, de l'Océan Indien, de l'Océan Pacifique, d'Asie et d'Europe.

L'association s'inscrit dans un ensemble d'activités lancées par Ardèche Images et Docmonde afin de favoriser le développement du documentaire de création dans différentes zones géographiques du monde. Au sein d'elles, le dispositif Doc Amazonie Caraïbe

■ Spacom, Syndicat de la production audiovisuelle et cinématographique des Outre-mer.

Créé fin 2016 à l'issue des 1ers Etats généraux de la production audiovisuelle et cinématographique des Outre-mer, qui se sont tenus en Polynésie Française, le Spacom regroupe l'ensemble des Syndicats et associations représentatifs des professionnels de l'audiovisuel et du cinéma de six territoires et départements d'Outre-mer où une filière existe : la Guadeloupe, la Guyane, la Martinique, la Nouvelle-Calédonie, la Polynésie française et la Réunion. Le Spacom représente plus de 300 sociétés de productions, auteurs, techniciens et autres professionnels ultramarins basés sur leur territoire.

Annexe 2

■ Les intervenants

- **Catherine Alvaresse**, directrice de l'unité documentaire de France Télévisions
- **Laurent Corteel**, directeur des contenus du Pôle Outre-Mer de France Télévisions
- **Jean-Claude Ho Tin Noé**, directeur régional de Guyane La 1ère
- **Walles Kotra**, directeur du Pôle Outre-Mer de France Télévisions
- **Béatrice Nivois**, directrice des documentaires & magazines du Pôle Outre-Mer de France Télévisions
- **Claire Schwob**, Syndicat de la production audiovisuelle et cinématographique des Outre-mer - Spacom
- **Murielle Thierrin**, Vice-Présidente de l'association Guyane - Cinéma, Audiovisuel et Multimédia - G-CAM
- **Didier Urbain**, Directeur exécutif de l'association Festival International du Film Amazonie Caraïbes - AFIFAC, producteur 5° Nord Productions.

■ Les participants

- **Murielle Barthélémi**, Guyane La 1ère, directrice éditoriale (Guyane)
- **Jean-Pierre Beaunes**, Guyane La 1ère, adjoint directeur éditorial (Guyane)
- **Chloé Bebron**, Kanopé Films, assistante de production (Guyane)
- **Christine Bélenus**, productrice (Guadeloupe)
- **Laurène Belrose**, BearTeam Prod, productrice (France, Guyane)
- **François Besignor**, journaliste, auteur (France)
- **Stéphane Blanchard**, Guyane La 1ère, responsable de la production (Guyane)
- **Mariel Brown**, réalisatrice de documentaires / directrice de l'organisation Filmco et du FestFilmTT (Trinidad & Tobago)
- **Baptiste Brunner**, 4N production / La Cuisine aux Images, directeur de production (France, Auvergne-Rhône-Alpes)
- **Véronique Chainon**, Bérénice Médias Corp-Martinique, productrice (Guyane)
- **Rolande Chalco-Lefay**, CTG, vice-Présidente (Guyane)
- **Luc De Saint-Sernin**, FTV Pôle Outre-Mer, directeur éditorial (France)
- **Hervé Delannon**, FTV Pôle Outre-Mer, directeur communication (France)
- **Philippe Djivas**, Dynamo Production, producteur (France, Auvergne-Rhône-Alpes)
- **Bruno Florentin**, Real Production, producteur (France, Haut de France)
- **Dominique Garing**, Vie des Hauts Production, producteur (France, Bourgogne-Franche-Comté)
- **Sylvie Gengoul**, Guadeloupe La 1ère, directrice régionale (Guadeloupe)

- **François Gruson**, 5° Nord Productions, chargé de production (Guyane)
- **Aurélié Hamelin-Mansion**, FTV Pôle Outre-Mer, conseillère programme (France)
- **David Hurst**, production Dublin Film, président de l'association des producteurs en Nouvelle-Aquitaine (France, Nouvelle-Aquitaine)
- **Jean-Philippe Isel**, Toucan Productions, réalisateur / producteur (Guyane)
- **Jean-Pierre Karam**, Guyane La 1ère en charge de la coopération régionale (Guyane)
- **Jean-Pierre Lagrange**, JPL Production, membre de l'ApA (France, Auvergne-Rhône-Alpes)
- **Margaret Lawrence Calmelet**, Guadeloupe 1ère, responsable communication (Guadeloupe)
- **Christelle Lefrançois**, FTV Pôle Outre-Mer, chargée de mission (France)
- **Katy Loe-Mie**, CT Guyane, chargée de mission au service cinéma et audiovisuel, fonds pour la cinématographie (Guyane)
- **Véronique Loit**, productrice, GCAM (Guyane)
- **Frédérique Longin**, DAC Guyane, conseillère cinéma (Guyane)
- **Laurence Magloire**, productrice (Haïti)
- **Delphine Manoury**, TV5 Monde, chargée de programmes (France)
- **Otho Markiet**, ATV, directeur de production (Suriname)
- **Laurence Mayerfeld**, France 3, directrice du réseau régional (France)
- **Carlos Merton**, ATV, réalisateur (Suriname)
- **Mariette Monpierre**, réalisatrice de fictions et de documentaires (France, Guadeloupe)
- **Philippine Orefice**, Guyaweb, journaliste (Guyane)
- **Christophe Parfait**, Guyane La 1ère, délégué au numérique (Guyane)
- **Chris-Laur Phillips**, Commission du film Guyane (Guyane)
- **Chloé Poletti-Duflo**, Martinique La 1ère, directrice régionale (Martinique)
- **Pierre-Olivier Pradinaud**, Tic-Tac Prod, producteur / réalisateur (Guyane)
- **Dory Saint-Hilaire**, CTG Guyane, mission développement culturel, (Guyane)
- **Laurent Salcede**, Martinique La 1ère, directeur éditorial, (Martinique)
- **Eric Scherer**, FTV, directeur de la prospective (France)
- **Jean-Jacques Torre**, Mecanos prod., directeur de production (France)
- **Ricky Tribord**, comédien, membre de la G-Cam (France, Guyane)
- **Cassandra Villeroy**, Guyane La 1ère, responsable communication (Guyane)
- **Lisa Wickham**, Imagine Media International Ltd, présidente (Trinidad and Tobago)
- **Marvin Young**, réalisateur (Guyane).

Annexe 3



france•tv

Pacte pour la visibilité des Outre-mer

*25 engagements pour garantir durablement
la présence des outre-mer au centre de l'offre de l'audiovisuel
public*

SOMMAIRE

I. Un « réflexe outre-mer » dans l'ensemble de l'offre.....	3
II. S'ouvrir aux outre-mer à travers des espaces dédiés	4
III. Renforcer les liens du Pôle Outre-mer avec les territoires et l'Hexagone.....	5
Suivi et contrôle.....	6
Définitions.....	7

I. Un « réflexe outre-mer » dans l'ensemble de l'offre

1 - Proposer chaque mois en moyenne au moins un programme ultramarin en première partie de soirée sur France 2, France 3 ou France 5, en veillant à la diversité des genres et à un certain équilibre entre chaînes



INDICATEUR

Nombre annuel de programmes ultramarins diffusés en première partie de soirée

2 - Faire progresser, en la mesurant annuellement à l'aune de l'actualité, la représentation de l'Outre-mer dans les grandes éditions nationales d'information



INDICATEUR

Nombre annuel de sujets ultramarins dans les éditions nationales d'information de France 2 et France 3

3 - Intégrer dans les contrats de grille des chaînes nationales des objectifs adaptés de représentation des outre-mer

4 - Mettre en place un annuaire des experts ultramarins

5 - Doter la rédaction nationale d'une équipe de Coordination Outre-mer

6 - Doter France Télévisions d'une Unité de programme outre-mer transverse

7 - Assigner aux top managers directement investis de responsabilités éditoriales des objectifs chiffrés de progression de la prise en compte des outre-mer, le cas échéant en conditionnant une part de la rémunération variable à l'atteinte de ces objectifs



INDICATEUR

Pourcentage de managers rattachés au directeur exécutif en charge de l'information et au directeur général en charge de l'antenne et des programmes auxquels ont été fixés des objectifs chiffrés de visibilité des outre-mer

II. S'ouvrir aux outre-mer à travers des espaces dédiés

8 - Proposer sur une chaîne nationale un magazine quotidien généraliste consacré à l'actualité, aux sociétés et aux cultures d'outre-mer

9 - Proposer sur France 3 un rendez-vous régulier d'information sur les outre-mer

10 - Lancer au premier trimestre 2020 la nouvelle offre numérique des outre-mer, dotée d'un portail national dédié, et faire progresser sa fréquentation



INDICATEUR

Nombre mensuel moyen de visites de l'offre numérique des outre-mer, en distinguant portail national et offres locales

11 - Offrir aux documentaires ultramarins une fenêtre régulière d'exposition sur une antenne nationale



INDICATEUR

Nombre et volume horaire annuel de documentaires ultramarins diffusés sur les chaînes nationales

12 - Préserver le budget de 10M€ consacré aux co-financements entre les 1ère et les antennes nationales et numériques



INDICATEUR

Liste des programmes engagés au titre de cette enveloppe de 10 M€ et montant investi par titre

13 - Editer sur franceinfo des modules et contenus quotidiens en prise avec l'actualité des outre-mer

14 - Intégrer les prévisions des outre-mer au bulletin météo d'une chaîne nationale, à une heure de grande écoute

15 - Proposer chaque année une opération événementielle consacrée aux outre-mer, mobilisant plusieurs chaînes, genres et émissions sur une durée significative

III. Renforcer les liens du Pôle Outre-mer avec les territoires et l'Hexagone

16 - Rendre l'intégralité de l'offre de France Télévisions accessible sur la TNT en outre-mer et diffuser les Outre-mer 1ère en haute définition

17 - Renforcer le soutien à la production documentaire locale en doublant le budget qui lui est consacré



INDICATEUR

Liste des documentaires initiés par les 1ère et montant investi par titre

18 - Poursuivre la production d'un feuilleton tourné en outre-mer

19 - Doter chaque bassin de son propre Festival du film documentaire pour favoriser le rayonnement international des territoires

20 - Mettre à la disposition des stations de Radio France et France Médias Monde, pour leurs éditions nationales d'information, une sélection éditorialisée de contenus audio produits par le Pôle Outre-mer

21 - Accélérer le déploiement du plan de formation au numérique au sein du Pôle



INDICATEUR

Pourcentage des salariés du Pôle Outre-mer formés au numérique

22 - Veiller à mobiliser les équipes et moyens disponibles du Pôle pour la fabrication des programmes linéaires et numériques du groupe

Suivi et contrôle

23 - Créer et animer un Comité de suivi du Pacte

24 - S'assurer du contact avec le public et mesurer l'évolution de sa perception

INDICATEURS

Couverture hebdomadaire des programmes ultramarins (nombre de Français ayant regardé au moins un programme ultramarin dans la semaine)

Note de perception de la visibilité des outre-mer sur les chaînes nationales

Note de perception de la visibilité des outre-mer dans l'information

25 - Rendre annuellement et publiquement compte de la mise en œuvre des engagements et des indicateurs du Pacte

Définitions

Au sens du présent pacte, un « programme ultramarin » et un « sujet ultramarin » sont ainsi définis :

« Programme ultramarin » :

Un programme est considéré comme tel dès lors qu'il remplit au moins l'une des conditions suivantes :

- le programme est financé ou co-financé par une ou plusieurs antennes du Pôle Outre-mer ;
- la société de production ou de co-production du programme a son siège dans un territoire ultramarin et/ou réalise au moins 50% de son chiffre d'affaires en outre-mer ;
- une part substantielle de son contenu est tournée dans un territoire d'outre-mer ;
- le programme traite d'un sujet explicitement lié à un ou plusieurs territoires d'outre-mer ;
- le programme met en avant de façon significative une personnalité, une initiative, une œuvre, un mouvement, un lieu ou un événement culturel ou historique issu d'un territoire d'outre-mer.

« Sujet ultramarin » :

Dans les journaux télévisés d'information, tout élément d'une édition nationale d'information (reportage, synthèse, duplex, off...) qui a trait à l'Outre-mer.

Fait à Paris, en trois exemplaires, le 11 juillet 2019

**Madame Annick GIRARDIN,
Ministre des Outre-mer**

**Monsieur Franck RIESTER,
Ministre de la Culture**

**Madame Delphine ERNOTTE CUNCI,
Présidente-directrice générale de
France Télévisions**

Annexe 4

Composition du Comité de suivi du Pacte pour la visibilité des Outre-mer

6 Parlementaires désignés par le Ministère des Outre-mer

- Assemblée nationale :
 - Stéphane CLAIREAUX, Député de Saint-Pierre et Miquelon
 - Raphaël GERARD, Député de Charente-Maritime
 - Maïna SAGE, Députée de Polynésie française
- Sénat :
 - Maurice ANTISTE, Sénateur de la Martinique
 - Catherine CONCONNE, Sénatrice de la Martinique
 - Jocelyne GUIDEZ, Sénatrice de l'ESSONNE

3 représentants de l'Etat

- Martin AJDARI, Directeur général des médias et des industries culturelles, Ministère de la Culture
- Charles GIUSTI, Directeur adjoint à la direction générale des Outre-mer, Ministère des Outre-mer
- Olivier HENRARD, Directeur général délégué du CNC

6 représentants des syndicats de producteurs audiovisuels et des sociétés d'auteurs

- Thomas ANARGYROS, Président de l'USPA
- Simon ARNAL, Président du SPI
- Nicolas COPPERMANN, Président du SPECT
- Christine DELLA-MAGGIORA, Présidente du SPACOM
- Christian GERIN, Président du SATEV
- Laëtitia MOREAU, Présidente de la SCAM

3 personnalités qualifiées

- Miriama BONO, directrice du musée de Tahiti et des îles, organisatrice du FIFO (2011-2014), présidente de l'AFIFO (2016)
- Jacques MARTIAL, comédien et metteur en scène, président du Mémorial ACTe
- Ferdinand MELIN-SOUCRAMANIEN, professeur de droit public à l'université de Bordeaux, ancien déontologue de l'Assemblée nationale

En cas d'empêchement, les membres du Comité ont la possibilité de se faire représenter.