

CORONAVIRUS

La rentrée tourne au casse-tête pour les chaînes de télévision

- Même si les chaînes assurent que la rentrée de septembre sera « normale », l'équation est complexe entre la nécessité de faire des économies et celle de proposer des nouveautés.
- Elles seront notamment confrontées à des reports de livraison de fiction.



La rentrée de la télévision risque de ne pas être tout à fait classique, compte tenu des problématiques d'approvisionnement en « produits frais » liées au confinement.

« France Médias Monde est un anticorps à la crise »

CHRONIQUE
DU VIRUS
Marie-Christine Saragosse



La PDG de France Médias Monde, Marie-Christine Saragosse, détaille comment France 24, RFI et MCD traversent la crise.

Propos recueillis par Nicolas Madelaine @NLMadelaine et Fabienne Schmitt @FabienneSchmitt

« Dans ce genre de crise, la hiérarchie des priorités s'impose à vous d'un seul coup. Depuis le début, la mienne, c'est la protection des salariés. Nous sommes un média international, nous avons vu partout dans le monde la tension monter et arriver chez nous. Cela nous a permis de réagir plus vite que d'autres. On a réduit à 15 % l'effectif présent sur site et on fait tourner 30 % des salariés une semaine sur l'autre. Plus de la moitié des effectifs est en télétravail. Les 15 % restants, ce sont des arrêts de travail pour garde d'enfants, des arrêts maladie, et aussi 1,5 % de collaborateurs qui sont dispensés de travail, mais dont la rémunération est maintenue, comme les maquilleuses.

AUDIOVISUEL

Marina Alcaraz @marina_alcaraz

Septembre sera une véritable rentrée télévisuelle. C'est le message que veulent faire passer les chaînes de télévision. Mais dans les faits, la rentrée, moment phare du petit écran, risque de ne pas être tout à fait classique, compte tenu des problématiques d'approvisionnement en « produits frais » liées au confinement et aux économies annoncées par les groupes audiovisuels.

L'enjeu est de taille : en dépit d'une progression de la durée d'écoute de la télévision, les chaînes ont enregistré un énorme trou d'air de leurs recettes publicitaires, jusqu'à plus de 50 %, qui devrait durer au moins jusqu'en juin. Elles ont donc tout intérêt à réussir leur rentrée, qu'elles préparent activement. « Elles se doivent de rassurer le public et les annonceurs », résume Laurent Fonnet, ex-dirigeant de l'audiovisuel, aujourd'hui coach.

Une grille « quasiment normale » chez TFI

Chez TFI, on assure que l'on a été très réactif et que l'on a du stock. « Notre grille sera quasiment normale cet automne, avec le retour de grandes marques », expliquait récemment Ara Aprikian, directeur général chargé des contenus, au « Figaro ». TFI compte ainsi diffuser

« Koh-Lanta », « The Voice Kids » (déjà tournés), des films de cinéma, des séries américaines et françaises inédites. Certaines fictions, qui auraient dû être proposées au printemps, ont été conservées pour la rentrée de septembre.

Même son de cloche chez M6. « On fait tout pour que la rentrée comprenne les grands programmes forts que l'on met à l'automne habituellement », indique Guillaume Charles, directeur des programmes, citant « L'amour est dans le pré », « La France a un incroyable talent » et « Le Meilleur Pâtissier ». « Ce sont des tournages qui nécessitent peu de public et qui étaient habituellement réalisés durant l'été. »

L'équation est beaucoup plus compliquée dans la fiction que dans les magazines, divertissements, jeux... Dans cette deuxième catégorie, dite de « flux », « nous espérons pouvoir reprendre le chemin des studios dès le 11 mai, en prenant bien évidemment toutes les précautions nécessaires, même s'il y a encore beaucoup d'interrogations », assure Nicolas Coppermann, président d'EndemolShine en France et président du Spect (Syndicat des producteurs et créateurs d'émissions de télévision). « On pense faire des sessions courtes de tournage pour diminuer le risque. »

En revanche, l'approvisionnement des chaînes en séries nouvelles est un vrai sujet de préoccupation, d'autant qu'elles génèrent souvent de belles audiences. France

Télévisions, financé majoritairement par la redevance et qui est donc moins sensible qu'un TFI ou un M6 au recul de ses recettes publicitaires, a décalé sa véritable rentrée en janvier (lire ci-contre).

Les producteurs de fiction ne reprendront pas les tournages sans avoir réglé un problème d'assurance lié au Covid-19, comme ils l'ont fait savoir récemment. « Il risque d'y avoir un creux de quatre à six mois sur les projets qui auraient dû être prêts au second semestre. Bon nombre devraient être livrés au printemps au mieux, abonde Pascal Breton, le patron de Fédération Entertainment. Et l'approvisionnement en séries américaines risque d'être encore plus compliqué, puisqu'aux Etats-Unis, les procédures juridiques sont plus complexes. »

De fait, le téléspectateur devrait revoir des rediffusions en septembre. « Mais cela peut générer de belles audiences, le public n'ayant pas en mémoire tous les épisodes », note Laurent Fonnet. Par exemple, « Les Enfoirés », rediffusé sur TFI il y a quelques jours, a été un succès. »

Baisse des budgets

L'autre grande différence avec une rentrée habituelle est que les chaînes doivent économiser, d'où la nécessité d'avoir des programmes moins coûteux, moins d'inédits ou déjà en catalogue. M6 a annoncé une baisse de 100 millions de son budget consacré aux contenus, soit environ un cinquième. TFI a ajusté son coût de grille de 10 % au premier trimestre. Même si ces deux chaînes ont déjà l'assurance d'économiser la cinquantaine de millions que leur aurait coûté l'Euro de football, reporté à 2021. Certains programmes ont aussi été décalés pour ne pas peser en 2020. Les chaînes devront, plus que jamais, faire preuve d'inventivité. « On peut imaginer davantage de coproductions avec des chaînes étrangères ou des plateformes pour abaisser les coûts », reprend Pascal Breton. Mais aussi, des négociations avec les producteurs. « Les échanges risquent d'être sanglants », s'inquiète l'un d'entre eux. ■

France Télévisions se prépare à une reprise hors norme axée sur le sport

Le groupe public devrait commencer avec deux événements majeurs : le Tour de France, qui doit débiter fin août, puis Roland-Garros, à partir du 20 septembre. La « vraie » rentrée, notamment en fiction, n'aura lieu qu'en janvier.

Rentrée chamboulée sur France Télévisions en septembre. Le groupe public devrait, fait inédit, commencer avec deux événements majeurs : le Tour de France, qui doit débiter fin août, puis Roland-Garros, à partir du 20 septembre. La « vraie » rentrée, elle, « au sens où les grilles s'installent pour plusieurs mois », ne se ferait qu'en janvier, précise aux « Echos » Takis Candilis, directeur général délégué à l'antenne et aux programmes. Beaucoup d'émissions seront donc reconduites ces prochains mois. « Nous avons aussi prévu des programmes nouveaux, notamment des fictions en septembre, mais, compte tenu des incertitudes sur l'approvisionnement, nous ne pouvons commencer une vraie rentrée si nous n'avons pas le stock nécessaire pour durer plusieurs mois. Si les tournages reprennent cet été ou en septembre, les fictions ne pourront être à l'antenne qu'en 2021. »

France Télévisions compte néanmoins pousser les feux sur la fiction. Et annonce d'ailleurs augmenter son budget dédié à la création (fiction, documentaire...) de 20 millions, à 440 millions d'euros. A la différence des chaînes privées TFI ou M6, qui, elles, subissent de plein fouet la chute de la publicité, « il ne s'agit pas de faire des économies massives, mais de poursuivre notre stratégie de dif-

férenciation et d'accompagnement des publics. Nous avons des coûts en moins liés au sport que nous réinvestissons pour garder un certain équilibre des coûts de grille », explique Takis Candilis.

Déjà engagé depuis plusieurs années dans un vaste plan d'économies, le groupe audiovisuel public reste toutefois contraint dans ses acquisitions. Et, « au vu de récentes déclarations de sa présidente devant le Sénat et des estimations des professionnels, France Télévisions devrait perdre une quarantaine de millions en publicité sur l'exercice (à comparer avec environ 350 millions de recettes en 2019) », estime Jean-Pierre Leleux, sénateur (LR).

Des programmes éducatifs et d'accompagnement

Le groupe audiovisuel prépare également la poursuite de France 4 dans l'hypothèse où cette chaîne, qui devait s'arrêter en août, soit finalement maintenue. « France 4 serait une alternance entre éducatif, divertissement et accompagnement parental », explique le numéro deux du groupe, qui prévoit une nouvelle émission pour les adolescents et la poursuite des cours à la sortie de l'école, sur les langues, le sport, etc.

En attendant la rentrée, France Télévisions devra gérer le casse-tête de l'été, puisque les Jeux Olympiques ont été reportés d'un an. Ce sont donc plus de 600 heures de programmes qu'il faut remplir dans la nuit et la matinée, compte tenu du décalage horaire. Et pour remplacer le Tour de France – plus d'une centaine d'heures en 2019 –, les émissions d'après-midi vont être allongées et la case cinéma se poursuivre. — M. A.

« Nous travaillons au retour progressif à la normale de nos activités. »

Nous avons créé une nouvelle instance pour faire le point chaque semaine entre la direction et les représentants du personnel sur la situation de l'entreprise. Et nous travaillons au retour très progressif à la normale de nos activités. Une baisse de 40 à 50 % des recettes publicitaires est attendue, ce qui représente 2 millions dans notre budget général de 267 millions. Quoi qu'il en soit, nous nous efforçons de soutenir économiquement les correspondants, les pigistes, les intermittents, les prestataires, etc. Au fond, je voudrais que France Médias Monde soit une sorte d'anticorps à la crise économique et sociale... A notre échelle bien sûr ! Et avec un principe fort : ne pas peser sur le budget de l'Etat, notre actionnaire.

On a adapté nos programmes. France Médias Monde, c'est un service public mondial. Nos médias jouent un rôle dans l'information des populations, la diffusion des messages sanitaires, l'aide à l'éducation... Ils jouissent d'une très forte crédibilité. En Afrique, France 24 est la première chaîne d'information et RFI est une institution. On s'est recentrés sur l'information pour lutter contre les infox, et ce, dans nos vingt langues de diffusion. On fait beaucoup d'interactivité pour casser l'isolement. Sur RFI « 7 Milliards de voisins » s'est transformé en salle de classe avec des enseignants africains, français, belges... On a des retours bouleversants du monde entier ! Nos audiences voient leurs chiffres multipliés par trois sur le numérique. On constate cette explosion dans toutes nos langues, c'est assez sidérant. » ■

LES ECHOS FORMATION

Cycle Certifiant Compétences du DPO



Depuis l'entrée en vigueur du RGPD, plus de 114 millions d'euros d'amendes ont été prononcées contre les entreprises contrevenantes dans l'UE. Data Protection Officer, certifiez vos compétences en 5 jours avec le cabinet HAAS Avocats. Passage à l'examen CNIL DPO offert en partenariat avec l'APAVE Certification.

En savoir plus sur <http://cycledpo.lesechos-formation.fr/>

Un service proposé par Les Echos Solutions