

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon



LIVRE BLANC

UN
l'union

FESTIVAL TV LUCHON
2022
LIVRE BLANC

SOMMAIRE

- 4. **Édito**
- 6. **Tournage et développement durable**
- 11. **La création de formats de flux dans la tempête**
- 15. **Circulation des programmes
au sein de l'espace Francophone**
- 19. **L'avenir de la production d'animation
en France**
- 25. **Audiovisuel éducatif et numérique**
- 31. **Genre et diversité**
- 35. **Production musicale**

ÉDITO



Chers lecteurs, Chers amis,

Ce recueil de propositions a été établi grâce à la contribution des 7 groupes de travail qui se sont réunis pendant **Les Rencontres Professionnelles du Festival TV de Luchon**. Qu'ils en soient remerciés et honorés pour leur engagement et leur fidélité.

Pour la 1ère fois, nous avons décidé en plus des défis économiques d'élargir la thématique aux enjeux sociétaux liés au secteur de l'audiovisuel (genre et diversité, environnement...).

Au cœur de l'actualité, notre démarche prend encore plus de sens au moment où TF1 et M6 s'apprêtent à fusionner, où le Gouvernement envisage de supprimer la redevance, créant une véritable inquiétude sur le financement du service public de l'audiovisuel et enfin où est relancé le débat de la fusion de l'audiovisuel public.

Ce nouveau chapitre du Livre Blanc de l'UNION fait suite à celui publié à l'issue des 3èmes Rencontres de l'Océan Indien, qui se sont tenues à La Réunion du 8 au 11 juin 2021, qui a mis en lumière **la nécessaire régulation des GAFA** dans les pays francophones, au vu de leur position dominante.

Il faut rappeler que L'UNION avait aussi demandé lors d'une précédente édition du Livre Blanc fin 2020, **le maintien de France 4** (accordé depuis), et en septembre 2019, l'extension à **la presse ultra marine, des aides** apportées historiquement à la presse métropolitaine (financement accordé en décembre 2021).

L'UNION s'appuie au fil de ses groupes de travail sur des organismes ou des personnalités qui ont montré tout au long de leur carrière ou de l'histoire, l'efficacité de leur engagement et la concrétisation de leur combat.

Progressivement, nous élargissons le cercle d'influence de l'Union aux ministères, aux parlementaires de tout bord et aux organisations internationales.

Le fil conducteur de nos travaux repose sur la création de valeur, la souveraineté culturelle ou économique et l'émulation au service de l'innovation.

Au même titre que **les Rencontres de l'Océan Indien**, le Festival TV de Luchon tiendra désormais chaque année des rencontres professionnelles.

Christian CAPPE

Président de l'UNION Francophone
Directeur Général du festival TV de Luchon
www.unionfrancophone.com

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Matthieu Delahousse,

Membre du bureau de l'association
Mediaclub Green

ATELIER 1

TOURNAGE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

La culture n'est pas une industrie lourde cependant le symbole qu'elle représente et le message qu'elle porte la rendent essentielle dans la démarche de transition.

Les défis socio-climatiques auxquels nous sommes confrontés sont sans appel. Sans tomber dans le catastrophisme, il est nécessaire de comprendre que ces problématiques globales ont un effet direct sur notre secteur, qui doit se transformer pour durer : No planet, no culture !

L'ensemble du secteur est aujourd'hui majoritairement convaincu de la nécessité de la transition environnementale et la question n'est plus « est-ce utile » mais est devenu : « qui fait quoi ? »

Le secteur audiovisuel regroupe cependant une multitude d'acteurs ayant chacun des enjeux, des temporalités et des réalités différentes : une force mais aussi une faiblesse.

Nous avons donc travaillé à l'élaboration d'un livre blanc qui aurait pour vocation, de poser les bases d'une transition de notre secteur : nous l'avons pensé comme des leviers d'actions positives, inclusives et incitatives.

TOURNAGE ET DEVELOPPEMENT DURABLE PROPOSITIONS

1 SENSIBILISATION ET RESPONSABILITÉ (transformation transparente)

Sensibiliser l'ensemble des industries culturelles et créatives aux enjeux socio-climatiques aux défis auxquels notre secteur sera de plus en plus confronté

- Il s'agit ici de relier les enjeux socio-climatiques aux défis que rencontre notre secteur, en incluant toutes les parties prenantes. Éveiller les consciences et rendre accessible. Démocratiser le sujet.
- Il est question de responsabiliser chacun à la hauteur de ses enjeux. Nous avons tous un rôle à jouer et c'est la cohésion de l'ensemble qui changera le tout.
- Engagement officiel de l'ensemble des parties prenantes entraînées par les acteurs majeurs de la filière.

2 NOUVELLES RESPONSABILITÉS = NOUVEAUX RÉCITS (transformation positive)

Faire émerger de nouveaux récits, de nouvelles valeurs, en adéquation avec les enjeux actuels

- Optimiser l'intégration des notions RSE : Inclusion, diversité, parité, environnement etc... dans les fictions. Démocratisation des productions à impact et des messages en sous texte.
- Responsabilisation des chaînes de création, réals, scénaristes, broadcaster, plateformes, etc.

3 FORMER LES PARTIES PRENANTES (transformation positive)

Une fois sensibilisé, l'ensemble du secteur doit s'approprier et passer à l'action, grâce à la formation, depuis l'initiale jusqu'au continu. Poser les bases !

- Formation des nouvelles générations à ces nouveaux enjeux et à la façon de s'y adapter.
- Formation des professionnels du secteur en activité (prod, distrib, diffuseur, équipes, post production, etc.) à la compréhension des enjeux et à la transformation des pratiques.

4 AGIR, ENTRER EN ACTION CONCRÈTEMENT (transformation positive)

Mesurer - Certifier - Définir - Agir en répartissant les responsabilités (qui fait quoi ?)

- Mettre en place une analyse élargie des impacts avec un périmètre élargi à l'ensemble du secteur
- Définir une grille de lecture (un cahier des charges avec préconisations) ad hoc avec critères SMART: Spécifiques – Mesurables – Acceptables – Réalistes – Temporels
- Mettre en action ces critères concrètement (descendant/ ex : compréhension de l'enjeu puis responsabilité puis formation puis mesure puis indexation du critère puis action)

5 TIRER LES CONCLUSIONS ET CO CONSTRUIRE (transformation positive)

Test and learn: nous avons posé les bases, nous avons responsabilisé, nous avons appris, nous avons analysé et maintenant nous avançons

- Analyser les résultats
- Mettre en transparence les démarches - sans jugement ni culpabilité mais en intelligence collective
- Seul on va vite, ensemble on va loin
- Pivoter si besoin & adapter

6 FORMER LES PARTIES PRENANTES (transformation positive)

Mettre en lumière les initiatives positives et définir un "new normal"

- Valoriser les démarches grâce aux festivals et à la mise en lumière des actions et incitation financière
- Prix green en festival

7 RENDRE DURABLE LA TRANSFORMATION (transformation offensive)

Une fois le secteur structuré, affirmer un nouveau statu quo responsable et pérenne

- Conditionner les aides (bonus, malus - à définir)
- Adopter définitivement la grille de lecture commune (avec guidelines adaptées par secteur + sous secteur)
- Prix green en festival

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Jérôme Caza,
Président du SPECT,
Syndicat des Producteurs Créateurs
de Programmes Audiovisuels

ATELIER 2

LA CRÉATION DE FORMATS DE FLUX DANS LA TEMPÊTE

Le constat de départ : un anachronisme français avec la séparation entre les œuvres de stock et les programmes de flux, les magazines, jeux, divertissements qui n'existe nulle part ailleurs dans le monde.

Résultat, ces programmes ne sont pas considérés à leur juste valeur créative et n'entrent donc pas ou qu'à des conditions minimales, dans le système de régulation français qui favorise l'éclosion de programmes. Cette situation explique en partie la difficulté typiquement française de faire émerger des formats de flux made in France. La frilosité des éditeurs, qu'ils soient privés ou publics, pour des nouveaux formats non testés ailleurs n'est pas nouvelle. La prise de risque nécessaire pour financer, même partiellement, des nouveaux concepts et des pilotes reste bien trop timide, et a pour conséquence de voir les talents et la propriété intellectuelle partir à l'étranger.

Alors que le marché international des formats, estimé à plusieurs milliards de \$, nous tend les bras, nous préférons enrichir les détenteurs de droits principalement anglo-saxons (ou d'autres pays notamment les Pays-Bas ou Israël car la barrière de la langue n'existe pas) en leur achetant des licences pour adapter leurs créations plutôt que de nous lancer massivement dans la conquête du marché mondial avec nos propres formats.

ATELIER FORMAT DE FLUX PROPOSITIONS

Comment créer du PIB en France avec les formats de flux et participer au rééquilibrage de la balance commerciale extérieure des programmes audiovisuels ?

Il faut d'abord reconnaître la dimension créative des formats : il n'y a aucune mention dans l'article 112.2 du code de la propriété intellectuelle qui date de 1994, de la création de jeux TV, divertissements, magazines, ou de notion de formats audiovisuels. Ce sont pourtant des œuvres de l'esprit, au même titre dans ce code que l'habillement, la parure ou encore les logiciels. Qui peut prétendre qu'un Fort Boyard, un C DANS L'AIR ou un PRODIGES ne sont pas des œuvres de l'esprit ? Cette absence a participé à une forme de mépris pour les programmes de flux et à la séparation intellectuelle, culturelle et juridique, avec les programmes dits de stocks.

Afin de prendre en compte cette créativité, le législateur pourrait donc ajouter un alinéa pour la création de formats audiovisuels.

Ainsi, les programmes validés par le code pourraient entrer dans le champ réglementaire du secteur afin de les intégrer sans ambiguïté dans les dispositifs spécifiques qui encadrent, ou accompagnent la filière audiovisuelle. Cela en tout cas mérite un débat dont peuvent s'emparer les parlementaires.

Nous croyons également fortement que, plutôt que d'exercer une politique punitive, il faut favoriser l'incitation. Un crédit d'impôts sur les investissements en R&D s'impose naturellement. Les éditeurs et les producteurs seraient ainsi encouragés à prendre des risques et à investir, beaucoup plus massivement qu'aujourd'hui. Les différents CI dans le cinéma et les œuvres audiovisuelles ont démontré toute leur efficacité. Ils permettent de relocaliser la production dans nos territoires, de préserver nos savoir-faire et nos emplois, de créer de la propriété intellectuelle et de la valeur ajoutée en France.

Deux autres chantiers doivent être menés pour combler notre retard :

1. Amplifier la formation des créateurs, producteurs, designers, distributeurs de formats. C'est un sujet complexe, qui pourrait trouver une rampe de lancement si un pôle de compétitivité spécialisé dans les formats était initié dans une région française.

2. Aider à la constitution d'acteurs de la distribution de formats. En effet, là où les anglo-saxons, mais aussi des pays plus inattendus comme la Turquie, la Corée du Sud ou plus petits comme Israël ou le Danemark comptent de nombreuses sociétés de distribution spécialisées dans le format, la France, à l'exception de 2 ou 3 sociétés ou filiales de groupes, n'a pratiquement pas de spécialistes pour vendre les nouveaux formats. C'est cependant assez logique vu la faiblesse du nombre de formats créés en France ! UniFrance, le bras armé de l'export du cinéma français, qui vient de se regrouper avec celui des programmes

de télévisions, TV France International, pourrait accompagner, encourager l'émergence de distributeurs indépendants, avec le soutien, par exemple, de la BPI, sous forme d'un programme d'accélération et/ou dans le cadre d'un appel à projet.

Enfin, il semble indispensable que, dans le cadre de France Relance et du PIA (programme d'investissement d'avenir), des appels à projets prévus pour les ICC (Industrie Culturelle et Créative), soient consacrés aux financements en amont pour l'innovation et en aval pour l'exportation.

5 propositions :

1

Modification de l'article 112.2 du code de la propriété intellectuelle, pour y intégrer la création de jeux TV, divertissements, magazines, et la notion de formats audiovisuels.

2

Un crédit d'impôts sur les investissements en R&D pour développer du format de flux.

3

Création d'un pôle de compétitivité spécialisé dans les formats, avec, notamment une école du format et du flux.

4

Partenariat UniFrance et la BPI pour faire naître un distributeur indépendant spécialisé dans le format, sous forme d'un programme d'accélération et/ou dans le cadre d'un appel à projet.

5

Des appels à projets spécifiques pour les formats dans le PIA (programme d'investissement d'avenir) de France Relance.

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteurs :

Nora Melhi,

Productrice et directrice
du bureau audiovisuel du SPI
(Syndicat des Producteurs
Indépendants)

Hervé Michel,

Vice-président de UNIFRANCE

ATELIER 3

CIRCULATION DES PROGRAMMES AU SEIN DE L'ESPACE FRANCOPHONE

300 millions de francophones aujourd'hui, 800 millions demain... Quelles opportunités et quelle stratégie pour l'audiovisuel francophone ?

Longtemps on a considéré que la puissance audiovisuelle et cinématographique américaine tenait à l'étendue de son bassin linguistique : un marché anglophone immense permettant de rentabiliser les productions et d'inonder le reste du monde, avec les effets de « soft power » que l'on connaît. Les mutations économiques en Afrique francophone et la croissance soutenue dans certains pays de cette partie du monde s'accompagnent d'une mutation démographique qui change la donne : le nombre de locuteurs francophones explose, et c'est une opportunité que les pouvoirs publics et les acteurs de l'audiovisuel doivent désormais considérer comme un défi majeur pour les années à venir.

Dans ce contexte nous appelons à des ETATS GENERAUX DE L'AUDIOVISUEL FRANCOPHONE.

CIRCULATION DES PROGRAMMES AU SEIN DE L'ESPACE FRANCOPHONE PROPOSITIONS

1 UN CNC PLUS ACTIF SUR LA FRANCOPHONIE avec pour objectif de faciliter les coproductions entre pays francophones et la circulation des œuvres francophones dans ces pays. Ce qui passerait par le renforcement du Fonds pour la jeune création francophone, l'ouverture de l'Aide au Cinéma du Monde à l'audiovisuel, le développement d'accords de coproductions bilatérales avec les pays francophones, ainsi que des aides spécifiques à destination des distributeurs actifs sur les marchés francophones et en particulier africains.

2 Aides spécifiques à destination des distributeurs actifs sur les marchés francophones et en particulier africains. DES MOYENS RENFORCÉS POUR TV5MONDE :

la première chaîne francophone mondiale, créée en 1984, a lancé en 2020 la plateforme numérique internationale TV5 Monde Plus. Cet outil déjà en place, à la technologie éprouvée, pourrait être idéal pour renforcer la circulation des œuvres audiovisuelles francophones dans le monde.

Une seule condition à cette ambition : le renforcement des moyens budgétaires de TV5MONDE. UNE BPI QUI INVESTIT DANS LE DEVELOPPEMENT AUDIOVISUEL AFRICAIN : le récent Fonds de coopération Sud de la BPI et de l'AFD (Agence française de développement) annoncé lors du Forum Méditerranée en octobre 2021, doté de 100 M€ destinés à l'accompagnement des entreprises françaises opérant en Afrique et œuvrant au développement du continent, pourrait s'ouvrir aux entreprises audiovisuelles afin de faciliter l'émergence d'une industrie de programmes puissante en Afrique.

3 Une mobilisation renforcée de l'organisation internationale de la francophonie sur les stratégies audiovisuelles francophones :

acteur naturel des politiques publiques francophones, l'OIF doit être aujourd'hui au cœur de cette stratégie audiovisuelle francophone ambitieuse.

4 Les diffuseurs dans les pays francophones qui en feront la demande bénéficieront d'un droit de tirage (bon d'achat) délivré par l'OIF pour permettre l'achat de droits de diffusion

Ce fonds sera alimenté par l'OIF, fonds qui se verrait conforté par les pays producteurs pour promouvoir leurs œuvres. Pour la France, l'AFD, le CNC pourraient être mis à contribution et verraient leurs moyens renforcés. L'objectif est de promouvoir la langue française par l'audiovisuel et d'asseoir la diffusion internationale de nos œuvres aujourd'hui absente.

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Claude-Yves Robin,

Consultant et ancien directeur général
de France 2, France 5, France 4

ATELIER 4

L'AVENIR DE LA PRODUCTION D'ANIMATION EN FRANCE

Le secteur de l'animation en France a construit depuis 30 ans une croissance singulière, qui peut encore progresser :

C'est le **troisième pays producteur d'animation** après les USA et le Japon, en très forte croissance, 8.000 salariés contre 5.000 il y a 5 ans, grâce à une stratégie de relocalisation des prestations. L'animation française représente 300 M€ de Chiffre d'Affaires dont 100 de fabrication pour des studios étrangers.

Il y a 300 heures de séries d'animation TV produites par an (et 5 à 10 longs métrages), ce seuil est stable depuis 5 ans, faute de croissance de l'investissement des chaînes françaises.

C'est le secteur de la création audiovisuelle le plus dynamique à l'export : 125 M€ en 2020 (record historique), +13% par rapport à 2019. Pour 1 € investit par les chaînes, le secteur trouve plus de 2 € à l'export sur la durée de vie des séries.

Lorsqu'un studio s'installe en région, il fait venir une à plusieurs centaines de jeunes, qui se sédentarisent pour plusieurs années et créent une famille, contrairement à des productions de fictions, qui sont par nature éphémères.

La demande des plateformes digitale Netflix, Amazon et Disney+ permettra peut-être au secteur de dépasser les 300 heures produites par an, mais il y a une surchauffe sur la demande et une surenchère sur les talents disponibles (qui passent d'un studio à l'autre ou partent à l'étranger).

Aujourd'hui le secteur pourrait embaucher plus de 10.000 personnes, car pour faire face à la forte demande de création, il est à nouveau obligé de recourir à la sous-traitance en Asie.

L'AVENIR DE LA PRODUCTION D'ANIMATION EN FRANCE

PROPOSITIONS

1 ALIGNER LES DISPOSITIFS D'AIDE : LE CRÉDIT D'IMPÔT NATIONAL SUR LE CRÉDIT D'IMPÔT INTERNATIONAL

Pour les acteurs internationaux (Majors cinéma ou plateformes) le crédit d'impôt international va jusqu'à 30% des budgets investis en France, alors que le crédit d'impôt national est de 25% et que les dépenses prises en compte sont plafonnées. Il y a donc une discrimination en faveur des groupes étrangers.

Il faut harmoniser à 30% et dé plafonner les montants d'investissement, car les studios d'animation français sont sur des projets internationaux de plus en plus ambitieux.

Par ailleurs, cela incite les plateformes à être producteurs délégués et à utiliser les studios français comme sous-traitants.

2 FORMATION-CRÉATION D'EMPLOIS POUR AUGMENTER LA CAPACITÉ DE FABRICATION FRANÇAISE

Le marché de l'emploi est saturé et les acteurs internationaux débauchent les talents français, il y a une inflation à venir sur les budgets pour compenser les départs et les risques de retards. Les studios français perdent déjà des opportunités de marché faute de candidats, car il faut 4 ou 5 ans de formation.

Le studio TEAMTO à Valence a lancé avec une école spécialisée une formation accélérée annuelle en 8 mois de 30 animateurs juniors, qui trouvent ensuite leur place dans le studio.

TAT à Toulouse doit trouver 60 nouveaux collaborateurs d'ici 3 mois (pour passer de 140 à 200 salariés), pour réaliser la série Astérix réalisée par Alain Chabat pour Netflix.

Il est donc nécessaire de renforcer les formations existantes pour préserver l'excellence française et augmenter rapidement le nombre de diplômés, de développer des formations plus courtes (et donc moins coûteuses) et de diversifier les profils.

Il y a un bon tissu d'une vingtaine d'écoles en France, qui dispensent d'excellentes formations et diplôment environ 500 jeunes chaque année. Il faudrait rapidement arriver à augmenter à 750 puis 1000 techniciens par an pour que les studios ne perdent pas d'opportunités.

Il faut continuer à plus particulièrement défendre ce qui fait les spécificités françaises créatives en développant prioritairement les formations différenciantes à valeur ajoutée en **écriture, storyboard, design et lay out**. Pour les infographistes et animateurs, les studios français peuvent sous-traiter à l'étranger (ce qui peut éviter des ruptures de production, mais fait perdre l'opportunité de sédentariser dans nos régions de nouveaux talents).

3 CORRIGER L'INÉGALITÉ DE TRAITEMENT DES PLATEFORMES OCTROYÉ PAR L'ARCOM

AnimFrance a saisi le Conseil d'État et fait un recours.

L'ARCOM a conventionné les plateformes digitales sans tenir compte du fait qu'elles ont une forte programmation d'animation. Les trop faibles quotas d'animation indépendants négociés vont favoriser un schéma de production exécutive, dans lequel le producteur français abandonne la propriété de son œuvre à la plateforme.

Corriger cette erreur permettrait aux studios français d'être mieux financés et de conserver une part de propriété sur leurs créations.

4 FUSION M6-TF1 : DÉFENDRE LE PLURALISME ÉDITORIAL ET SANCTUARISER LES COMMANDES

Aujourd'hui TF1 consacre 10 M€ à la création d'animation, M6 : 6M€, Gulli 5M€, soit 21 M€ au total.

Si les 3 entités se retrouvent dans le même groupe, conserveront-elle les moyens d'avoir une offre diversifiée ? N'y aura-t-il pas un risque d'uniformisation des commandes ?

Pour mémoire :

- Canal+ 7 M€ d'investissements annuels
- Disney Channel 3 M€

Il faut que l'ARCOM sanctuarise les niveaux d'investissement et garantisse au secteur une diversité d'approches artistiques et narratives.

.../...

L'AVENIR DE LA PRODUCTION D'ANIMATION EN FRANCE

PROPOSITIONS

.../...

5 INCITER FTV À CONTINUER À INNOVER EN ANIMATION JEUNESSE sur ses différentes chaînes F3, F4 et F5, alors que les budgets de FTV sont revus à la baisse par Bercy.

C'est 32 M€ de budgets annuels pour des séries TV et des films cinéma d'animation.

6 INCITER FTV ET ARTE À CRÉER ET INNOVER DANS DES CONTENUS ADULTES, pour constituer une courbe d'expérience dans les domaines virtuels, la 3D et le Métavers.

Aux USA il y a déjà un très fort développement de narrations pour adultes.

7 INVESTIR DANS LA RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT ET LES NOUVEAUX MÉTIERS, DANS LE CADRE DU PLAN DE RELANCE

Si les excellentes formations artistiques en France ont été développées depuis 35 ans avec les professionnels des studios d'animation, les nouveaux métiers d'ingénieurs pour le secteur proviennent de filières scientifiques non spécialisées.

Il faut se préparer à saisir les opportunités offertes par les progrès technologiques des jeux vidéo et par les Métavers.

8 DÉFENDRE L'IMAGINAIRE DE NOS FUTURES GÉNÉRATIONS

Les créatifs français ont de vrais talents de narration, d'imaginaire et de graphisme. Si rien n'est fait, ce sont les « soft power » US, Japonais et Chinois qui vont s'imposer.

Les enfants ne doivent pas être sacrifiés, si les seules histoires audiovisuelles leur proviennent de YouTube et TikTok, il y a de quoi s'inquiéter pour la culture partagée.

9 ARTICULER LES AIDES RÉGIONALES À LA PRODUCTION AVEC LES AIDES CNC

Le CNC s'est engagé à investir 1€ pour 2€ d'aides régionales, les régions se sont mobilisées, cela a bien fonctionné, mais le CNC freine, en panne de budget. Les mobilisations régionales doivent obliger le CNC à clarifier sa position sur l'avenir.

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Yannig Raffenel,
Co-président de EdTech France

ATELIER 5

AUDIOVISUEL ÉDUCATIF ET NUMÉRIQUE

La formation est au cœur de toutes les transformations actuelles de la société.

Tous les acteurs de la formation sont confrontés quotidiennement à la nécessité de digitaliser leurs dispositifs de formation. Pour eux, cela se traduit souvent par le fait d'avoir à produire des contenus multimédias, de qualité, répondant aux critères d'exigence de leurs apprenants, consommateurs habituels des productions télévisuelles.

Pourtant, ce processus de création et de consommation de ressources existantes ouvre un espace de flou juridique qui pose problèmes à tous les professionnels.

Par souci d'efficacité, les concepteurs de ressources pédagogiques sont tentés d'utiliser des contenus déjà produits sans savoir comment déclarer ces réutilisations ponctuelles.

D'autres professionnels souhaitent réellement protéger leurs créations pédagogiques contre le pillage en ligne. Il y a beaucoup à faire pour rendre lisible la jungle des dispositifs existants et les adapter aux usages contemporains dédiés à la formation professionnelle.

Telles sont les conclusions du groupe de travail qui a rédigé ces préconisations :

AUDIOVISUEL ÉDUCATIF ET NUMÉRIQUE

PROPOSITIONS

Poser un cadre simple et opérationnel de déclaration d'usage de ressources audiovisuelles :

1 Organiser un guichet unique de déclaration d'usage des médias dans le cadre de la formation regroupant toutes les natures d'ayant droits (SACEM, SACD, SCAM, CNC, ARCOM ...),

Pour répondre à la complexité actuelle des circuits de déclaration des usages des ressources audiovisuelles, cette mesure est symboliquement et mécaniquement, indispensable pour :

- simplifier les déclarations des usagers
- stopper le pillage des ressources sans versement des rémunérations dues
- garantir une juste rémunération des producteurs de contenus
- Il s'agit du socle de l'ensemble de mesures à prendre.

2 Garantir une juste rémunération des producteurs de médias pour tous les usages en formation (forfait ou procédure simple),

Afin de simplifier le ré-usage de ressources produites dans de nouveaux dispositifs de formation, nous suggérons d'étudier la mise en place d'un système de forfait établi à l'échelle d'un établissement, qui permette d'exonérer les déclarations ponctuelles d'usage.

Former les acteurs de la formation aux bonnes pratiques légales et environnementales des ressources audiovisuelles

3 Compiler l'ensemble des textes législatifs et réglementations régissant l'utilisation de médias (films, images, musiques...),

Confier la responsabilité à une association de filière (exemple EdTech France) et lui donner les moyens pour réaliser ce travail de compilation des cadres légaux afin de publier et mettre à disposition de tous les acteurs une synthèse référente.

4 Transformer ces informations pour en produire des ressources de formation à destination des enseignants, formateurs, responsables d'organismes de formation, entreprises EdTech,

Dans la continuité de cette synthèse, donner les moyens de produire des ressources pédagogiques à destination de tous les acteurs de l'éducation, de l'enseignement et de la formation. Cette mise à disposition sous la forme de modules de formation sera la base des informations légales à laquelle toute personne en charge de produire des contenus de formation utilisant des ressources audiovisuelles pourra se référer.

5 Respecter le cadre légal,

Il est nécessaire d'organiser une campagne de communication autour de ces outils de sensibilisation au respect des droits d'auteur multimédia, en impliquant les différentes associations professionnelles de filière (formation professionnelle avec « Les acteurs de la compétences » et le Synofdes).

6 Impliquer les ministères de tutelles (Education Nationale, Enseignement Supérieur et de la Recherche, Travail) et les associations représentatives pour organiser la promotion et la diffusion de ces ressources de formation,

La mobilisation des ministères permettra d'impliquer l'ensemble de leurs cellules de communication. L'objectif est que tous les acteurs de l'éducation et de la formation soient sensibilisés d'ici 3 ans.

7 Entrer dans une démarche de développement durable impliquant le recyclage de ressources existantes,

Ces campagnes de sensibilisation au respect du droit doivent aussi comporter un volet mesure d'impact environnemental des ressources pédagogiques. En effet, le choix des médias produits, recyclés et consommés influe fortement sur le bilan carbone des dispositifs de formation. Ces données nouvelles doivent être prises en compte par les responsables d'organismes de formation qu'il faut accompagner dans cette prise de conscience.

.../...

.../...

Outiller les professionnels de la formation pour leur faciliter le bon usage des ressources audiovisuelles

8 Développer une ingénierie pédagogique d'encapsulation de ressources existantes pour investir sur la création d'activités pédagogiques à haute valeur ajoutée.

La transformation liée au digital des métiers de la formation impose une redéfinition des postes dans les Organismes de Formation. Plutôt que de poursuivre la gabegie de production permanente de vidéos en vue de digitaliser les contenus de formation, il est indispensable de sensibiliser les ingénieurs pédagogiques à cette approche frugale et performante.

En effectuant une curation des ressources déjà produites et accessibles, il est en effet possible de n'avoir à produire que les activités pédagogiques propres au dispositif de formation, lesquelles s'appuieront sur des ressources audiovisuelles existantes.

9 Indexer les productions nouvelles pour faciliter l'utilisation en respectant des critères de qualité,

Afin de faciliter le ré-usage futur de ressources audiovisuelles par d'autres organismes de formation, il faut promouvoir la nécessité d'indexer toute production nouvelle. Ainsi l'identification des ressources se fera facilement, évitant le risque qu'elles ne soient de nouveau produites.

10 Construire une plateforme d'accès aux ressources pédagogiques indexées et référencées, les mettant à disposition sous forme de commun à destination des professionnels.

Enfin, dans une volonté de faciliter l'accès et le ré-usage de ressources pédagogiques déjà produites, nous préconisons la construction d'une plateforme ouverte à tous les professionnels de la formation. Ainsi cela faciliterait la curation indispensable avant de se lancer dans toute production nouvelle, et cela inscrirait dans le paysage de la formation, cette démarche vertueuse tant sur le plan environnemental, que pédagogique, ce réflexe qui consiste à réutiliser des contenus de formation audiovisuels dans un cadre légal pour ne produire que ce qui n'existe pas déjà en cherchant à les compléter de manière pertinente.

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Catherine Jean-Joseph Sentuc,

Consultante Inclusion et Diversité
en production audiovisuelle et
cinématographique

ATELIER 6

GENRE ET DIVERSITÉ

Ces dernières années, le cinéma français s'est engagé dans une démarche active pour plus de diversité.

Le collectif 50/50 En France a notamment été à l'origine d'une prise de conscience au sein de la profession ; le constat est clair : la parité et la diversité dans le cinéma français ne sont toujours pas au rendez-vous. L'industrie cinématographique étant l'une des plus importantes de nos jours, il est essentiel que tous les groupes sociaux puissent se sentir représentés.

En divulguant des chiffres édifiants et des données précises, le collectif 50/50 a permis ainsi d'ouvrir le système et de donner la visibilité à certains profils. La diversité et la parité sont donc cruciales au processus de création cinématographique afin que le cinéma puisse incarner les expériences et le point de vue de groupes sociaux variés.

GENRE ET DIVERSITÉ

QUELQUES CHIFFRES

de stéréotypes dans le cinéma français

Plus de **80%** des personnages principaux sont **perçus comme blancs**,

contre seulement **7%** de personnages **perçus comme noirs**,

8% de personnages **perçus comme arabes**

et **1%** de personnages **perçus comme asiatiques**.

Un écart qui se creuse en fonction de l'âge des personnages représentés :

des moins de 15 ans jusqu'à la tranche d'âge 20-34 ans,

un peu moins de **70%** des personnages sont perçus comme blancs,

contre **91%** pour **les 65-79 ans**

et **la totalité** pour **les plus de 80 ans**

11% des **personnages non-blancs** sont **impliqués dans des activités criminelles**,

dont **28%** des personnages **perçus comme arabes**.

GENRE ET DIVERSITÉ PROPOSITIONS

1

Inciter la diversité dans les équipes de décideurs au cœur des entreprises est la clé fondamentale pour changer les choses,

2

Concevoir une stratégie inclusive (quotas) sur 10 ans,

3

Création d'un département Diversité Créative en interne,

4

Flécher une partie des financements des plateformes pour la création française sur les œuvres de la diversité,

5

Apprentissage sur l'Inclusion et la Diversité pour toutes les équipes internes,

6

Charte de la diversité sur les 400 Écoles de Théâtre.

FÉVRIER 2022

Festival Tv de Luchon

Rapporteur :

Alex Jaffray,

Co fondateur de l'agence sonore Start Rec
Compositeur, chroniqueur musique pour
FTV

ATELIER 7

PRODUCTION MUSICALE

PROPOSITIONS

Ces dernières années, le cinéma français s'est engagé dans une démarche active pour plus de diversité.

Avec le réalisateur et le scénariste, le compositeur est le 3ème auteur du film.

Le compositeur est devenu un artiste au rôle hybride, à la croisée des chemins entre la création musicale, le juridique et la maîtrise technologique.

Ce métier nécessite une véritable reconnaissance et de facto, doit être connu dans son fonctionnement, avec une rémunération en harmonie avec les missions réalisées.

Avec l'émergence des nouvelles technologies et les plateformes, l'urgence est à une clarification sur l'évolution des droits d'auteurs et des éditeurs de musique.

PRODUCTION MUSICALE PROPOSITIONS

1 **Rémunérer de manière différenciée la création musicale et la production de celle-ci.**

Le contrat de commande qui est l'œuvre de l'esprit puis la fabrication de la musique sont deux choses totalement distinctes, à valoriser dans des économies.

2 **Comment renverser le rapport de force né de propositions de buy out de la part des producteurs / diffuseurs, dans le but de préserver les droits d'auteurs et d'éditeurs ?**

Le buy-out est une clause qui prévoit le transfert de tous les droits sur une œuvre, pour toute sa durée de vie, en échange d'un paiement forfaitaire.

Dans ce contexte, développer une approche pédagogique auprès de l'écosystème particulièrement français pour se soustraire à cette approche destructrice de valeur pour la filière de la création.

Trois types de musique existent aujourd'hui : la musique originale, la musique de librairies et la musique « dite » gratuite. La musique d'illustration (ou de librairies) génère des droits au moment de sa diffusion, ce qui n'est pas le cas pour la musique gratuite (licence de Buy Out).

La musique gratuite qui aussi fait l'objet d'une vente forfaitaire (cf Epidemic, Jam'ndo) ne permet pas de faire vivre les compositeurs dans la durée.

Pour préserver le revenu des artistes, récompensant la valeur de l'immatériel, il est essentiel de préserver la filière des organismes de gestion collective.

Il faudra veiller à mettre en place une juste régulation auprès du législateur.

3 **Au même titre que le succès d'audiences et la multiplication des diffusions doivent rémunérer normalement les œuvres, il apparaît que l'absence de transparence des plateformes SVOD / streaming sur les diffusions ne permet pas de rémunérer normalement la filière créative dont les compositeurs font partie...**

En effet, quand une série est créée sur Netflix, Prime vidéo..., les auteurs de musique ne savent pas avant la diffusion quelles seront la nature de leurs droits potentiels.

Ce besoin de transparence sur la diffusion des œuvres doit faire l'objet d'une négociation collective ou par défaut l'intervention du régulateur.

4 **Pour l'établissement d'une charte de bonne conduite et de reconnaissance du compositeur.**

Le rapport déséquilibré entre le compositeur et le producteur/diffuseur fait qu'à la signature, ces derniers (ou le diffuseur seul) s'accaparent les fonctions d'éditeurs. Cet accaparement des droits d'éditeurs par les diffuseurs voire les producteurs dévalorise / affaiblit durablement la filière de la création musicale.

Il faut associer systématiquement les compositeurs en tant que co-éditeur. Cette charte reconnaitra la place du compositeur en tant que 3ème auteur du film.

REMERCIEMENTS

CE NOUVEAU LIVRE BLANC EST LA CONSÉQUENCE D'UN TRAVAIL COLLECTIF AUQUEL ONT COLLABORÉ DE MANIÈRE ACTIVE DE NOMBREUSES PERSONNALITÉS :

- **Claude-Yves Robin,**
Consultant et anciennement Directeur Général de France 2, France 5 et France 4
- **Catherine Jean-Joseph Sentuc,**
Consultante Inclusion et Diversité en production audiovisuelle et cinématographique
- **Jérôme Caza,** Président du SPECT
- **Matthieu Delahousse,**
Membre du bureau de l'association MédiaClub Green
- **Nora Melhi,**
Productrice, directrice du Bureau Audiovisuel du SPI
- **Hervé Michel,**
Vice-Président de UNIFRANCE
- **Yannig Raffenel,**
Co-Président de EdTech France
- **Alex Jaffray,**
Co fondateur de l'agence sonore Start Rec
Compositeur, chroniqueur musique pour FTV

Chaleureux remerciements aux organismes et chaînes de télévision, médias, qui nous suivent tout au long de cette aventure.

Et enfin un grand merci à l'ensemble des participants des ateliers qui ont contribué au rayonnement des rencontres professionnelles et du livre blanc.

2022
FESTIVAL TV LUCHON
LIVRE BLANC

Contact :

Christian CAPPE

christian.cappe@unionfrancophone.com

Khadija CHOPIN

khadija@unionfrancophone.com

Dalila GUERIDA

dalila@unionfrancophone.com

UN
l'union