

Le 18 septembre 2018

La production indépendante de magazines et de divertissements menacée

Comme Olivier Schrameck s'y était engagé lors des 5èmes rencontres professionnelles des programmes audiovisuels organisées par le SPECT, le CSA a principalement consacré sa troisième étude sur le tissu économique de la production audiovisuelle aux programmes de flux.

L'étude s'intéresse en premier lieu à la place centrale que les divertissements, jeux et magazines occupent dans les grilles de programmes avec plus du tiers du temps d'antenne, notamment aux moments les plus stratégiques en termes d'audience. Ils sont les marqueurs identitaires des chaînes, « l'ADN de chaque antenne » : en plus de divertir et d'informer un très large public, ces programmes, de par leur diversité, sont une composante essentielle du lien social. France 5, la chaîne du savoir et de la connaissance du groupe public, en est la parfaite illustration : *La Maison des Maternelles, La Quotidienne, Le Magazine de la Santé, Allo Docteurs, C dans l'Air, C à Vous, Entrée Libre,...* sont autant de rendez-vous qui rythment la grille et forment l'identité de la chaîne.

Le CSA analyse de façon pointue la situation économique de la production de programmes de divertissements, jeux et magazines. Si le poids économique et social de la filière du flux reste très important, le constat que tire le CSA est sans appel : depuis plusieurs années, notamment au sein de France Télévisions, les budgets de programmes de divertissement ont servi de variable d'ajustement budgétaire. Le Conseil souligne aussi le raccourcissement de la durée des contrats, phénomène qui semble s'accroître depuis plusieurs années et qui s'accompagne de leur complexification.

Par ailleurs, la nécessité de renforcer, sur les antennes, l'exposition de formats et productions originales créés en France est affirmée. Il existe en effet une « fenêtre de tir » car depuis plusieurs années aucun format international très puissant n'a émergé. Les créations locales ont donc mécaniquement plus d'opportunités. La mise en place par les pouvoirs publics d'une politique volontariste doit permettre de donner toute sa place à la créativité française dans un marché international du format estimé à plus de 2 milliards d'euros.

Au regard de son importance éditoriale et économique puisqu'il s'agit du premier employeur du secteur avec plus de 52 000 emplois et un milliard et demi de chiffre d'affaires, la production de programmes de flux doit absolument disposer d'un baromètre annuel à l'objectivité indiscutable qui permette de mieux connaître les tendances de la filière. Le SPECT demande donc au CSA de pérenniser cette étude.

Vous pouvez joindre Vincent Gisbert pour toute question complémentaire au 01 40 53 23 38 ou par mail : vincentgisbert@spect.fr