

*Club Galilée*

Les mutations du secteur  
audiovisuel  
en France et à l'international

**Lundi 25 juin à 18h**  
Alliance Entreprendre  
5 rue de Montessuy  
75007 Paris

## Sommaire

<b>Note d'introduction</b> .....	3
<b>Intervenants</b> .....	4
Jean-Louis Blot.....	4
Jérôme Bodin.....	4
Pascal Breton .....	4
Jérôme Caza.....	4
Pascal Josèphe.....	5
Christophe Nobileau.....	5
<b>Documentation</b> .....	6
Les Echos : <i>Medias - Télécoms, un mariage de raison face aux Gafa</i> .....	6
Europe1 : <i>Walt Disney et Comcast se battent pour racheter la Fox</i> .....	8
Puremédias : <i>TF1 rachète la totalité de Newen</i> .....	9
CB NEWS : <i>Arthur rachète Ah Production</i> .....	11

## Introduction

Le Club Galilée, comme nous le savons, centre régulièrement ses réflexions sur la création audiovisuelle et digitale et ses mutations structurelles et industrielles.

Ce qui frappe aujourd'hui c'est l'écart grandissant entre le mouvement accéléré vers la concentration entre les grands acteurs internationaux du digital et de l'audiovisuel et le niveau vertigineux de leurs investissements dans la création et notre actualité française dans ce secteur trop absorbée aujourd'hui par des combats parfois d'un « ancien monde » alors que le « nouveau monde » se prépare sous nos yeux. C'est cette mutation radicale et ce décalage que nous souhaitons aborder aujourd'hui.

Nous avons invité pour en débattre Jérôme Bodin, expert du groupe Natixis, à qui nous proposerons de nous présenter un rapide panorama de cette situation mondiale.

Ensuite, nous donnerons la parole à Jean-Louis Blot qui dirige depuis quelques temps la filiale française d'un de ces très grands groupes internationaux, en l'occurrence Warner, pour nous dire davantage de l'intérieur comment ces mutations sont appréhendées et gérées.

Nous accueillons aussi Pascal Breton qui dirige le groupe français Fédération Entertainment et souvent nous montre la voie concernant la mondialisation de l'audiovisuel et comment travailler avec les plus grands acteurs du secteur.

Quatrième intervenant, Jérôme Caza dont les responsabilités à la fois d'entrepreneur et de Président d'un syndicat a conduit à prendre la parole sur des questions qui concernent le secteur de la production audiovisuelle. Il est très attaché au maintien et au développement d'un tissu de PME dans le secteur de la production audiovisuelle et en même temps très conscient des mutations internationales. Comment faire cohabiter PME et favoriser de grands groupes français ?

Christophe Nobileau, qui a l'expérience de la montée en puissance d'un grand groupe de production audiovisuelle français avec en plus celle de l'intégration entre production et diffusion, nous apportera ensuite son éclairage.

Enfin Pascal Josèphe dont la parole sur notre secteur est devenue rare nous fera part de son point de vue sur la situation actuelle et les enjeux pour demain de la création audiovisuelle et digitale françaises face aux défis mondiaux.

## Intervenants

### **Jean-Louis Blot, président de Warner Bros France**

Diplômé de Sciencescom, Jean-Louis Blot s'oriente vers le secteur de la production. De 1994 à 1999, il occupe le poste de responsable du développement chez Pearson Télévision. Il est alors en charge de la mise au point, la production de nouvelles émissions ou encore l'adaptation de formats étrangers. De 2001 à 2003, il est producteur au sein d'API Production et participe au développement de documentaires, magazines et divertissements pour les chaînes françaises mais aussi étrangères. En août 2003, il rejoint Air Production et devient directeur de l'unité Jeux Développement et Production. En 2008 on lui propose de diriger la filiale française de production du groupe public anglais BBC. Jean-Louis Blot est alors Directeur de BBC France. En septembre 2016, il rejoint le groupe Warner Bros, en tant que président de la filiale française.

### **Jérôme Bodin, analyste financier, Natixis**

Jérôme Bodin a douze années d'expérience dans l'analyse financière. Après une année au sein du groupe Canal+, il devient analyste médias chez Oddo en 2004, il rejoint ensuite CM-CIC Securities en 2006, où il a suivi le secteur des éditeurs de logiciels. En janvier 2009, Jérôme Bodin intègre Natixis en tant qu'analyste médias où il suit les diffuseurs TV et radios, les agences de publicité et les holdings en France et en Europe.

### **Pascale Breton, directeur général et fondateur de Federation Entertainment**

En 1990, Pascal Breton fonde, en association avec Olivier Brémond, la société de production, Marathon. Début 2006, après le départ de son associé, il devient président du groupe Marathon et produit notamment la fiction Sous le soleil. En 18 ans d'existence, Marathon s'est hissé parmi les sociétés de production françaises les plus dynamiques, résolument tourné vers l'international. En 2008, le groupe est vendu à De Agostini en relation avec Zodiak. 5 ans plus tard, lorsque son contrat avec Zodiak touche à sa fin, Pascal Breton se lance dans une nouvelle aventure entrepreneuriale et fonde Federation Entertainment. Présente à Paris et Los Angeles, la société met l'accent sur la création, la production, le financement et la distribution sur le marché international de projets originaux à forte valeur ajoutée.

### **Jérôme Caza, producteur et fondateur Pourquoi Pas La Lune (2P2L)**

Initialement journaliste reporter d'image et réalisateur, Jérôme Caza est pionnier de l'agence Capa. En 1995, il rencontre François Pécheux sur le Raid Gauloises en Patagonie. En septembre 1998, ils créent leur société Pourquoi pas la Lune, avec comme première émission C'est Ouvert le Samedi sur Canal+. Stéphane Meunier remporte un succès colossal avec Les Yeux dans les bleus dont 2P2L produira la saga de 1998 à 2002. Ancien Président du collège télévision du SPI, Jérôme Caza a développé 2P2L, en renforçant la diversité des productions : documentaires événements, magazines, programmes courts, film corporate et même la fiction.

### **Pascal Josèphe, expert en médias audiovisuels**

Pascal Josèphe a dirigé plusieurs chaînes de télévision : TF1, La Cinq, France 2 et France 3 et a également été vice-président de Carat TV, société d'expertise média. Fondateur de International Média Consultants Associés (IMCA) puis de PJ Conseil, sociétés de conseil et d'ingénierie dédiées aux acteurs du secteur des médias et de la communication, il a développé une compétence approfondie en matière de création et de repositionnement de médias audiovisuels, de nouvelles technologies, de contenus et d'usages numériques.

Pascal Josèphe est également co-président de l'ONG Media Governance Initiative et président de Global Story Factory, ainsi que membre de l'Observatoire de la diversité du CSA.

### **Christophe Nobileau**

Christophe Nobileau, titulaire d'un DESS de finance d'entreprise, commence en 1987 chez Arthur Andersen. En 1996, il rejoint Fabrice Larue au sein de DI Group où il sera successivement directeur financier puis secrétaire général en charge du développement et des acquisitions du groupe, directeur général de Victoire Multimédia et enfin directeur général de System TV. Nommé en 2003 directeur général du groupe Datem, il est ensuite directeur général adjoint au sein de FLCP (société mère de Newen qui regroupe Telfrance, Be Aware et Capa) et directeur de Be Aware, puis devient président du groupe Telfrance de 2011 à 2015, avant de prendre le poste de directeur général délégué à Newen jusqu'en avril 2018.

## LesEchos

### Medias - Télécoms, un mariage de raison face aux Gafa

FABIENNE SCHMITT Le 13/06 à 17:52 Mis à jour le 14/06 à 09:05



Medias - Télécoms, un mariage de raison face aux Gafa - AFP/SAUL LOEB AND STAN HONDA

**Aux Etats-Unis, les rapprochements entre télécoms et medias sont devenus monnaie courante. L'Europe en est encore aux balbutiements.**

Le « mega deal » AT & T/Time Warner est probablement la meilleure illustration qui ait été donnée jusqu'ici de la convergence entre les médias et les télécoms, une tendance très forte aux Etats-Unis, mais qui fait encore débat en Europe, et plus particulièrement en France.

Au pays de l'Oncle Sam, la course aux contenus paillettes de l'audiovisuel pour alimenter les vieux tuyaux des télécoms bat son plein. AT & T est devenu le numéro un de la télévision payante en rachetant DirecTv ; le câblo-opérateur Comcast s'est offert NBCUniversal et DreamWorks ; et le numéro un des télécoms, Verizon, a mis la main sur AOL et Yahoo!

#### **Intérêts complémentaires**

Quoi de plus naturel, finalement, que d'additionner des entreprises aux intérêts complémentaires : l'une qui édite des contenus, les médias, l'autre qui les distribue, les télécoms ? Pour un opérateur télécoms, intégrer un média a du sens : c'est rajouter la marge contenu, à sa marge distributeur. Et plus l'offre de l'opérateur est riche et exclusive, plus il se différencie de ses concurrents et peut ainsi augmenter son revenu moyen par abonné.

Les médias, eux, ont besoin de plus de financements, et de canaux de distribution puissants pour conserver leurs téléspectateurs, en gagner, amortir leurs coûts sur une base plus large. La fibre optique, beaucoup plus puissante que l'ADSL, vient servir cette ambition.

## **Les telecoms face aux Gafa**

Mais, plus qu'un schéma classique de remontée dans la chaîne de valeur, l'alliance des télécoms et des médias est d'abord un mariage de raison. Ces deux industries sont bousculées par les Google, Apple, Facebook, Amazon et autre Netflix qui captent leurs clients en leur proposant des séries qu'ils produisent désormais, du cinéma, voir des compétitions sportives, en direct à leurs clients, sans passer par des box.

Seuls les télécoms et leur capacité de diffusion, associés aux contenus des médias peuvent faire le poids face à ces géants. Sur le marché américain AT & T est beaucoup plus gros que Google, par exemple. Mais les Gafa, eux, ont des abonnés dans le monde entier ce qui leur donne une force de frappe incomparable...

Face à cette nouvelle phase de globalisation de l'audiovisuel, l'Europe, où la régulation est plus marquée qu'Outre-Atlantique, n'est pas, pour l'heure, véritablement entrée dans la danse de la convergence des médias et des télécoms. Sur le Vieux Continent, ce mouvement d'intégration verticale reste balbutiant.

## **Balbutiements en Europe**

Sky, le numéro un de la télévision payante au Royaume-Uni s'est lancé avec réussite dans la téléphonie mobile. BT, l'opérateur historique britannique, a créé des chaînes de télé sportives et achète en direct des droits sportifs, notamment de la Premier League de foot. En Espagne, Telefonica a racheté le Canal+ local mais a revu à la baisse ses ambitions dans les onéreux droits sportifs télévisés.

Tout comme Altice, la maison-mère de SFR en France ou encore de Portugal Telecom, franc adepte de l'intégration de médias, mais qui a mis un pied sur le frein récemment. En France, après avoir racheté Nextradiv (BFM TV, RMC...), SFR a lancé des chaînes sportives, s'est offert l'exclusivité des droits télé de la Ligue des champions et de la Premier League. Mais il a renoncé à candidater aux droits télé de la Ligue 1 de football et s'apprête à adosser sa chaîne séries et cinéma, Altice Studio, à OCS, celle de son concurrent Orange.

Face à ces hésitations, ce sont deux acteurs venus des Etats-Unis qui pourraient pousser la convergence médias-télécoms sur le Vieux Continent. Le câblo-opérateur américain Liberty Global, présent dans la télé et les télécoms, qui a régulièrement discuté mariage, en vain, ces dernières années, avec l'opérateur britannique Vodafone. Et aussi Comcast, qui lorgne désormais sur le groupe audiovisuel Sky pour qui il a récemment fait une offre à 22 milliards de livres. De tels mouvements pourraient peut-être inciter leurs concurrents européens à leur emboîter le pas.

[@FabienneSchmitt](#)

## Walt Disney et Comcast se battent pour racheter la Fox

ACCUEIL / EUROPE MATIN / L'INFO MÉDIA : Chaque jour, Philippe Vandel fait le point sur un élément précis de l'actualité média.

09h28, le 21 juin 2018

La bataille pour la Fox, qui va changer de mains. Le Cablo-opérateur Comcast avait annoncé vouloir mettre 65 milliards de dollars (pas des millions, des milliards) ; hier, la compagnie Walt Disney a relevé son offre de près de 20 milliards pour passer à 71,3 milliards!

Ce qui est à vendre, c'est le studio de cinéma 21st Century Fox, la chaîne de télé national Géographic (et ses déclinaisons dans le monde), et la participation de Fox dans des services de streaming aux États-Unis, en Chine, et en Inde. Tout ceci appartient au milliardaire Rupert Murdoch, et à ses deux fils. Il possède également avec sa famille la chaîne américaine Fox News, le Wall Street Journal, et l'agence économique Dow Jones (oui, celle qui publie l'indice du même nom) ; mais ces trois entités ne sont pas à vendre.

Pourquoi cette bataille entre deux géants de la télé pour acheter un studio de cinéma? A cause de l'arrivée dans les médias des mastodontes du Net dans les médias. Le métier est en train de changer. L'exemple le plus marquant est Netflix, qui est à la fois un canal de diffusion, et un producteur de contenu ; cette année, ils vont produire pour 8 milliards de dollars de séries, de films, et de documentaires. Google ou Amazon, emboîtent le pas. Avec des moyens colossaux.

Les chaînes ont donc intégré la nouvelle donne : combiner le contenu et le contenant, c'est-à-dire posséder les tuyaux, le réseau, mais aussi les films et les programmes à diffuser dans les tuyaux. D'où la surenchère de Disney pour la Fox. Ils avaient proposé 52,4 milliards en action. Désormais leur offre est donc de 71,3 milliards, dont 35,7 en cash. Et puis à côté de ça, il y a la France. Je vous parlais il y a quelques jours de Salto, le Netflix à la française, que vont créer les groupes TF1/France Télévisions/M6 : une grande plate-forme de télévision via internet avec tous leurs programmes en direct, en replay, et des inédits. À part les inédits, c'est ce que propose déjà l'application Molotov.

Selon les informations du journal *Libération*, Salto a proposé à Molotov d'être racheté. Les négociations ont débuté il y a un mois. Elles ont tourné court : Molotov a fixé son prix à 100 millions d'euros. Autant dire que c'était fini : l'investissement des 3 groupes dans Salto se monte à seulement 45 millions d'euros. Si on compare avec les États-Unis, c'est un rapport de 1 à 1.000 !

Par **Philippe VANDEL**



## TF1 rachète la totalité de Newen



Publié par Pierre Dezeraud - [@PierreDzrd](#)

Vendredi 06 Avril 2018



Bibiane Godfroid, Directrice générale de Newen.

### **Bibiane Godfroid récupère la direction générale de la filiale de production du groupe TF1.**

Newen Studios sera bientôt une filiale à 100% du groupe TF1. Dans un communiqué, le groupe dirigé par Gilles Pélisson a annoncé jeudi soir avoir signé un accord avec les actionnaires minoritaires de Newen Studios en vue de racheter le solde de 30% restant au capital de la société, dont il possédait déjà 70% depuis 2015. TF1 précise ainsi que Fabrice Larue, président-fondateur de Newen, qui possédait les 30% du capital restants sera donc amené à quitter le groupe "à terme".

Sans surprise, le groupe TF1 annonce par ailleurs la nomination de Bibiane Godfroid au poste de directrice générale du groupe Newen. L'ancienne patronne des programmes de M6 était déjà directrice générale déléguée en charge des contenus de la société depuis 2015. Pour lui succéder à ce poste, le groupe TF1 annonce la nomination de Romain Bessi qui

avait précédemment exercé la fonction de directeur général adjoint de StudioCanal entre 2014 et 2016.

### **Troisième producteur français**

Le groupe dirigé par Gilles Pélisson annonce vouloir "*poursuivre le développement du groupe Newen (...) dans la continuité de la stratégie mise en oeuvre depuis 2016*" et promet une nouvelle fois que "*la liberté éditoriale et l'indépendance commerciale*" de sa filiale de production sera "*respectée*". TF1 précise que l'acquisition du solde du capital de Newen Studios s'inscrit notamment dans un contexte de "*solides perspectives de développement en 2018*".

Dans le giron du groupe TF1 depuis fin 2015, Newen, maison mère des sociétés de production Capa, Telfrance, Production Valley, Blue Spirit et 17 Juin Media, est l'un des principaux acteurs de la production et de la distribution de contenus en France. Autrefois très dépendant de France Télévisions, le groupe est notamment un fournisseur très important de fictions françaises. Via ses filiales Telfrance et Capa Drama, Newen produit entre autres "Plus belle la vie", "Candice Renoir", "Versailles", "Demain nous appartient" ou encore "Ben".

## Arthur rachète Ah Production

Le 29/03/2018 à 12:04 par Frédéric Roy



L'animateur et producteur Arthur s'est renforcé dans la production d'émissions de télé-réalité, de documentaires et d'émissions pour la jeunesse, avec l'acquisition annoncée jeudi de Ah! Production, l'entreprise qui réalise notamment "La Villa des cœurs brisés" et "Cash Island".

Cette acquisition, dont le montant n'a pas été précisé, va permettre à Satisfaction - The Television Agency, filiale dédiée à la production télé du groupe d'Arthur, AWPG, de renforcer son catalogue de programmes et de projets. Satisfaction produit pour l'instant essentiellement des divertissements, dont les émissions phares d'Arthur sur TF1 comme "Vendredi tout est permis" ou "La Dream Company", tout en travaillant aussi pour d'autres chaînes.

Ah! Production, fondée en 2009 par Antoine Henriquet (qui va rejoindre Satisfaction), s'est spécialisée quant à elle dans trois domaines : la télé-réalité et les jeux avec des émissions populaires comme "La Villa des cœurs brisés" sur TFX ou le jeu d'aventures "Cash Island" sur C8, ainsi que les programmes jeunesse ("Tahiti Quest" sur Gulli) et les documentaires ("La folle histoire de" sur C8, "Aznavour" sur France 2...). Elle a produit en tout 112 heures d'émissions l'an dernier.