



LA CRÉATION AUDIOVISUELLE À L'HEURE DE L'INTERNET

MODÉRATEUR :

Harry Tordjman : Président de MyBox Production (séries Bref, Bloqués...)

PARTICIPANTS :

Jérémy Pouilloux : Producteur de fictions et de documentaires. Producteur associé à LA GÉNÉRALE DE PRODUCTION ;

Adrien Labastire : Directeur Général Adjoint / Fondateur de Golden Moustache (Groupe M6 ,M6 Web) ;

Voyelle Acker : Directrice adjointe du département des nouvelles écritures et du transmédia pour le groupe France TV ;

Gilles Freissinier : Directeur du département Web pour ARTE ;

Baptiste Lorber : Comédien / Auteur / Réalisateur Co-Fondateur de 10minutesaperdre.fr (mars 2010 - juin 2013) et de BapT&Gael ;

Marwan Mazloum : Responsable du développement de canalplus.fr, D8, D17, canalstreet et des projets associés aux programmes du clair de canalplus ;

Lama Serhan : Brandmanager pour canalplus.

et

Stéphane de Freitas : Président de La Coopérative Indigo

Ibrahim Bechrouri : Coordinateur de l'Arène

Internet a-t-il développé la diversité de la création audiovisuelle (sur Internet et sur les autres supports de diffusion plus anciens : TV, cinéma...)? L'émergence de ces nouvelles formes de création est-elle une menace ou une opportunité pour l'industrie audiovisuelle "classique"? Quelles sont les passerelles existantes entre ces deux univers? Peut-on arriver un jour à l'ère du tout Internet. Autant de questions que nous avons abordées au cours de cette Arène.

L'ARRIVÉE D'INTERNET : UNE CLAQUE !

Les acteurs classiques de l'audiovisuel français ont accumulé un retard conséquent sur la révolution amenée par la possibilité de créer du contenu, de le proposer instantanément et gratuitement en ligne à des millions d'utilisateurs potentiels. Les grands groupes de l'audiovisuel français et une grande part des entreprises de production audiovisuelle ont réagi trop lentement face à une nouvelle donne dont la caractéristique première est la vitesse.

Parallèlement à ces acteurs privés, les acteurs étatiques se mobilisent pour tenter de protéger leurs économies face aux géants du web tels que Google et Facebook. Mais, là encore, la réaction est trop lente et les procédures de régulation sont à peine adoptées au niveau européen, car c'est là que cela se joue, que grandes entreprises privées du web sont déjà passée à d'autres méthodes comme ça a été le cas pour.

Si ce manque de réactivité s'explique en partie par la difficulté de mettre en place des régulations au niveau européen, elle s'explique également par l'écart générationnel qu'il existe entre les acteurs du web et de l'industrie audiovisuelle classique. Internet a une base d'utilisateurs et d'acteurs relativement jeune quand la classe politique européenne vieillit. Plus grave encore, le même phénomène peut se retrouver chez les acteurs classiques de l'audiovisuel français. L'âge moyen des employés de Canal +, qui se veut une chaîne de télévision jeune, est de 52 ans quand celui de France Télévision atteint les 65 ans.

Il existe donc un réel problème d'incompréhension des nouvelles logiques par des acteurs qui n'ont pas grandi en utilisant l'outil internet. Ces acteurs se confortent en se focalisant sur les résultats de Médiamétrie, organisme de mesure des audiences des médias classiques, dont la fiabilité ne cesse d'être remise en question alors que des médias web comme Youtube permettent de mesurer l'audience de manière transparente et en temps réel.

Les médias de masse n'ont absolument pas compris les codes qui ont engendré l'économie numérique telle qu'elle est aujourd'hui. Les témoignages de bien des youtubeurs qui travaillent maintenant en collaboration avec des grandes chaînes de télévision et racontent avoir été mis en avant grâce aux enfants des personnes en charge de repérer les profils intéressants pour les grandes chaînes est symbolique de cette fracture générationnelle. Un exemple plus général et qui aura sans doute plus d'impact est la décadence du service de vidéo en ligne WAT mis en place par TF1, qui avait énormément d'avance sur tous les autres concurrents de YouTube mais dans lequel la chaîne aurait cessé d'investir par frilosité vis à vis de ce nouveau média.

Cet immobilisme est d'autant plus grave que l'ère de l'internet et du numérique accessible à tous a considérablement augmenté la vitesse à laquelle bien des secteurs évoluent, au premier rang desquels celui de la création audiovisuelle. En quelques années, la création audiovisuelle web s'est considérablement professionnalisée tout en réduisant le coût et le temps de production. Il y a à peine cinq ans, faire 50000 vues en deux mois sur internet paraissait énorme alors que maintenant le même nombre de vues comptabilisé en une journée est tout juste encourageant.

Cette vitesse est aussi caractérisée par la vitesse de réaction quasi instantanée qu'un utilisateur peut avoir sur le contenu via le système de commentaires. Le respect de la promesse de chaîne est donc de plus en plus important sur internet et cela contamine les médias classiques qui n'ont plus le droit à l'erreur au risque de provoquer un effet boule de neige de commentaires négatifs visibles par tous.

LA NÉCESSITÉ DE S'OUVRIRE À DES NOUVEAUX MODES DE PRODUCTION

Les nouveaux modes de production et de diffusion du contenu audiovisuel, qui se font plus rapidement et à moindre coût, parce que de plus en plus d'acteurs peuvent assurer plusieurs rôles à la fois (comédien, éclairage, écriture, montage...), représentent également un élément de concurrence très important pour les acteurs classiques de l'audiovisuel. Il est très probable que les grands acteurs de l'audiovisuel français survivront à terme mais à quel prix. Il y aura sans doute, et il y a sans doute déjà, un processus de destruction d'emplois qui s'opère dans ce secteur. Le risque est que les acteurs qui se voient fragilisés soient des acteurs qui apportent de la diversité dans le paysage audiovisuel français et même international comme la chaîne franco-allemande ARTE qui fait très peu d'audience mais qui a une réelle utilité publique.

Mais l'ère de l'internet représente à la fois une menace et une opportunité pour les acteurs classiques qui peuvent décider de se fermer à ses avancées au risque de disparaître ou de prendre le train en marche, même si cela représente de lourds investissements à court-terme. C'est notamment ce qu'initie Canal+ à travers Canal Factory ou en rachetant Studio Bagel qui faisait déjà de bons chiffres sur YouTube. L'avènement de l'ère internet a aussi des avantages moins coûteux pour l'audiovisuel classique qui peut repérer des talents à moindre coût directement sur la toile au lieu de passer par les cafés théâtres. Il faut aussi noter que tous les coûts ne sont pas forcément moindres pour une production internet. Pour le programme Scènes de Ménages diffusé sur M6, les coûts de production fixes sont souvent moindres que ceux de sa chaîne web Golden Moustache.

Une destruction des structures classiques du secteur audiovisuel pourrait néanmoins avoir des effets positifs si certains acteurs qui sont dans une logique de rentes vis à vis des subventions publiques viennent à remettre en question leur mode de fonctionnement. Les subventions seraient alors mieux utilisées et distribuées pour créer du contenu de qualité.

De la même manière qu'avec le cinéma, il faudra que les subventions étatiques protègent les acteurs fragiles qui proposent un contenu de qualité face aux géants américains de l'internet, qui pourraient venir imposer leurs codes en France et mettre en danger la diversité culturelle des contenus.

Si toutefois on optait pour une uniformisation des codes et des méthodes de production qui se calqueraient sur le modèle américain et le modèle du blockbuster, cela pourrait être dommageable. Si ces modèles et ces méthodes ont leurs avantages, ils ont aussi leurs inconvénients et, plus encore, il faut à tout prix éviter que la production audiovisuelle ne prenne plus qu'une seule forme, ne réponde plus qu'à une seule norme et à une seule logique économique afin de préserver la diversité des contenus.

INTERNET OÙ LE COUP DE BOOST À LA CRÉATION AUDIOVISUELLE

Cette évolution serait d'autant plus dommageable qu'une plus grande diversité des contenus a aussi été amenée par l'ère internet qui a permis à beaucoup d'acteurs qui n'auraient pas pu percer en temps normal, de vivre de leur production artistique. Si on peut critiquer la multiplication et le succès de quelques formats (vidéo de conseil, face caméra, gaming), on retrouve sur internet une production de très loin plus diversifiée que dans les paysages télévisuels. Ainsi, des formats qu'on retrouve sur des chaînes spécialisées comme les sports extrêmes ou les documentaires avec un produit final de plus en plus qualitatif permis par la démocratisation de certaines technologies, comme les drones à caméra embarquée ou le caméra 5D. L'offre de produits peu populaires et très spécialisés comme les vidéos touchant aux sciences dures est également bien plus importante et diversifiée que sur les chaînes de télévision classique.

Néanmoins, les algorithmes mis en place par les géants du web ne mettent pas ces contenus spécialisés en valeur. Ce sont toujours les mêmes types de contenus qui sont mis en avant sur les pages d'accueil; ce qui peut pousser les acteurs à normer leur production afin d'augmenter leurs vues, leurs chances d'être repérés ainsi que leur rémunération qui se fait au nombre de vues sur YouTube.

En terme de créativité, d'originalité et de contenus hors normes, l'ère internet a apporté beaucoup à l'audiovisuel français dans lequel on n'avait plus vu de contenus sans réelles limites depuis Canal+ dans les années 90. Il faut alors se demander si ce ne sont pas également les algorithmes qui ont ravivé cette diversité et cette créativité qui dépasse les tabous là où les réglementations et les usages télévisuels ont fini par les réprimer. L'ère internet permettrait donc une double diversité, d'abord au niveau de contenus qui portent l'expression dans et en dehors des normes télévisuelles, mais aussi au niveau de la catégorisation où l'on retrouve tous types de contenus dans des proportions bien plus importantes que sur n'importe quelle chaîne de télévision. Si ces dernières peuvent encore se démarquer sur des contenus demandant des budgets importants, c'est de moins en moins le cas et les YouTubers produisent de plus en plus de contenus de type "science fiction" par exemple qui sont bien plus gourmands en termes de ressources.

UNE « ILLUSOIRE » LIBERTÉ DE CRÉER SUR LE WEB ?

Cette double diversité de la production audiovisuelle web laisse à penser que cette production jouit d'une liberté bien plus grande que celle de la production audiovisuelle classique. Il s'agit néanmoins d'un état de fait qu'il faut très largement nuancer. D'abord cette diversité de la création audiovisuelle web est uniquement possible tant que les grands acteurs privés tels que Facebook et Google la permettent. Google a déjà pris la décision de cesser de référencer plus de 200 quotidiens allemands, il pourra à l'avenir décider de référencer uniquement un certain type de vidéos sur YouTube.

Ensuite, les algorithmes que nous avons déjà évoqués plus haut sélectionnent un certain type de vidéos qui sont mises en avant quand d'autres n'ont aucune visibilité. Pour avoir plus de visibilité, il sera possible qu'un YouTubeur mette de côté une partie de sa signature artistique pour entrer dans les codes, perdant de fait une partie de sa liberté. De la même manière, il n'est pas possible de poster tous types de contenus sur cette plateforme où la nudité par exemple est très fortement réprimée et facilement détectée par des algorithmes qui ne font pas de différence entre une performance artistique et un contenu réellement problématique par exemple.