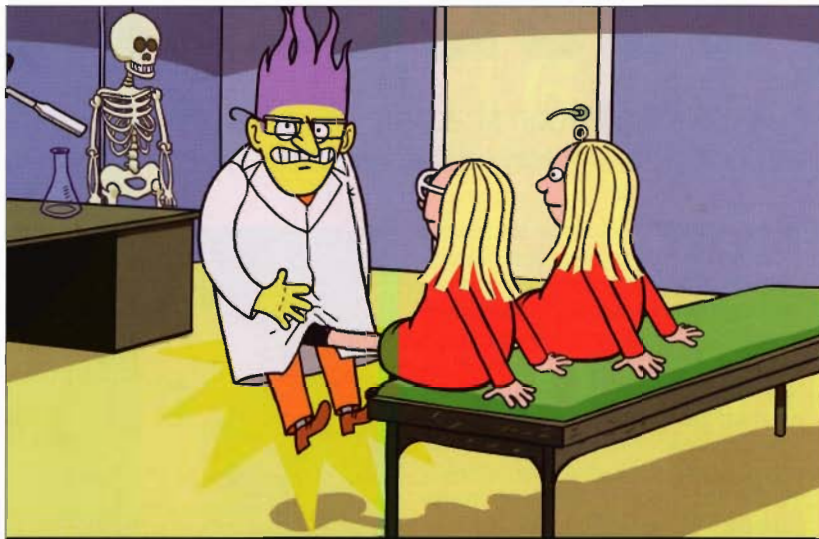


CARTOON FORUM

Quelle place pour les séries d'animation ados adultes en France ?

Alors que les séries d'animation dédiées aux ados et aux adultes sont délaissées par les diffuseurs hertziens, l'intérêt grandissant que la TNT et les chaînes thématiques du câble et du satellite leur porte pourrait faire évoluer ce marché encore très confidentiel en France. *Dossier réalisé par Brigitte Baronnet*



La série "Kinky & Cosy", produite Par Ellipsanime et Belvision, s'est classée en tête des pitches français les plus suivis à Cartoon Forum (quatrième sur l'ensemble).



Après "Panique au village" la série, le long métrage s'appête à gagner les salles françaises: le film, réalisé par Stéphane Aubier et Vincent Patar, sort le 28 octobre.

Cartoon Forum, Norvège, fin septembre. Ellipsanime et Belvision présentent *Kinky & Cosy*, une série humoristique dont les héroïnes sont deux jumelles complètement déjantées. Leurs aventures sont tirées de la bande dessinée éponyme et seront réalisées par Nix, l'auteur. Sur 61 projets présentés à Cartoon Forum, seuls deux s'adressaient à un public d'ados et d'adultes, dont celui-ci. La présentation du projet *Kinky & Cosy* a réalisé la performance d'être le

extrêmement réduite, alors qu'il existe un intérêt manifeste des diffuseurs. Le Britannique David Curry, producteur de *Blinklife*, second projet ados adultes à Cartoon Forum, s'étonne de cette situation, "convaincu du potentiel de ce type de séries": "Il y a un marché. Quelqu'un arrivera à le percer un jour." Il faut dire que les blocages sont encore nombreux en France. L'argument financier revient bien évidemment en premier lieu. Pour les diffuseurs, ces séries sont compliquées à coproduire,

Borde, directeur des programmes jeunesse de France Télévisions, et l'international n'en veut pas." "L'humour de ces séries est plus dur à exporter, confirme Marc du Pontavice (Xilam). C'est une écriture plus « domestique »." "Ce n'est pas un problème d'exportation, nuance Boris Hertzog de Timoon Animation. Il s'agit plutôt d'un problème d'importation", ironise-t-il. La filiale de Lagardère Entertainment développe actuellement une série d'animation pour cette cible: *Ticket* (titre de travail), une





La série "Kinky & Cosy", produite Par Ellipsanime et Belvision, s'est classée en tête des pitches français les plus suivis à Cartoon Forum (quatrième sur l'ensemble).



Après "Panique au village" la série, le long métrage s'appête à gagner les salles françaises: le film, réalisé par Stéphane Aubier et Vincent Patar, sort le 28 octobre.

Cartoon Forum, Norvège, fin septembre. Ellipsanime et Belvision présentent *Kinky & Cosy*, une série humoristique dont les héroïnes sont deux jumelles complètement déjantées. Leurs aventures sont tirées de la bande dessinée éponyme et seront réalisées par Nix, l'auteur. Sur 61 projets présentés à Cartoon Forum, seuls deux s'adressaient à un public d'ados et d'adultes, dont celui-ci. La présentation du projet *Kinky & Cosy* a réalisé la performance d'être le pitch français le plus suivi. "Plusieurs diffuseurs, parmi lesquels Orange, Canal+ et France Télévisions [pour un spécial], se sont montrés intéressés", indique le producteur Robert Réa (Ellipsanime). Le budget pour 100x3' s'élève à un peu plus de 1,5 M€. La série devrait entrer en production "au plus tard en janvier".

Cet exemple concret permet de pointer un paradoxe: l'offre de séries d'animation destinées aux ados adultes est

extrêmement réduite, alors qu'il existe un intérêt manifeste des diffuseurs. Le Britannique David Curry, producteur de *Blinklife*, second projet ados adultes à Cartoon Forum, s'étonne de cette situation, "convaincu du potentiel de ce type de séries": "Il y a un marché. Quelqu'un arrivera à le percer un jour."

Il faut dire que les blocages sont encore nombreux en France. L'argument financier revient bien évidemment en premier lieu. Pour les diffuseurs, ces séries sont compliquées à coproduire, "trop onéreuses à monter seul avec un producteur", précise Sophie Boé, responsable éditoriale des coproductions et des préachats d'animation de Canal+. Et "les chaînes qui s'intéressent à ce genre de séries ont des moyens limités", regrette le producteur Philippe Alessandri (Télé Images Kids), qui a coproduit il y a quelques années la série *CO2* avec Je Suis Bien Content et MCM. "C'est un genre lourd financièrement, poursuit Julien

Borde, directeur des programmes jeunesse de France Télévisions, et l'international n'en veut pas." "L'humour de ces séries est plus dur à exporter, confirme Marc du Pontavice (Xilam). C'est une écriture plus «domestique»."

"Ce n'est pas un problème d'exportation, nuance Boris Hertzog de Timoon Animation. Il s'agit plutôt d'un problème d'importation", ironise-t-il. La filiale de Lagardère Entertainment développe actuellement une série d'animation pour cette cible: *Ticket* (titre de travail), une sitcom proche de l'univers de séries comme *Seinfeld* ou *Will and Grace*, racontant le quotidien de cinq adultes. "On pense qu'il y a un marché pour ce genre de série. Mais le problème est qu'il n'y a pas beaucoup de débouchés en France", poursuit Boris Hertzog.

UN GENRE DUR À CASER

Dans quelle case mettre ces séries est une interrogation qui revient fréquemment, du côté des producteurs comme des diffuseurs: "A quoi bon accepter la production d'une série d'animation adulte à la «Simpson», pour une chaîne, si elle n'a aucune case pour la diffuser, pointe Alain Carrazé, fondateur de la structure spécialisée dans les séries 8ArtCity. Une chaîne ne va pas créer une case pour six ou huit épisodes dans l'année. On ne commande pas quelque chose qu'on ne sait pas caser!" D'où la majorité de formats courts français ou francophones sur ce créneau: *Lascars*, *Avez-vous déjà vu?*, *Panique au village*, *les Têtes à claque*...

"Le problème est culturel, lié aux organigrammes des chaînes, argumente Alexis Lavillat, qui a récemment pro-



"Blinklife", projet porté à Cartoon Forum par les Britanniques de Le Singe Media.

duit le format court *Comme à la maison*, avec Canal+. Il y a un amalgame animation et jeunesse." "Les chaînes hertziennes considèrent l'animation comme un genre pour les enfants. Elles ne veulent pas prendre de risques", poursuit Marc du Pontavice. Le producteur a, il y a quelque temps, développé un projet sur ce créneau, destiné à un public féminin, *Fatale*. "Pour monter un projet ados adultes, il faut une personne moteur au sein d'une chaîne", ajoute Philippe Alessandri, qui a pu produire *CO2* grâce à l'implication d'Olivier Richard. Plus largement, trouver le bon interlocuteur relève souvent du casse-tête, selon le producteur de Télé Images Kids: à quelle unité faut-il s'adresser? la jeunesse? la fiction?

Autre argument de taille de la part des diffuseurs hertziens pour ne pas se lancer dans ce genre de production: la

LES SIMPSON: 20 ANS DE SUCCÈS



Vingt ans déjà que Marge, Homer, Bart, Lisa et Maggie partagent notre quotidien. Canal+ a été la première chaîne à proposer *les Simpson*, le 15 décembre 1990. Puis France 3 et à nouveau Canal+ ont diffusé la série. M6 et W9 l'ont également proposée. Au total, 441 épisodes ont été produits, sans oublier un long métrage, sorti en 2007. Succès populaire et critique – la série a obtenu 24 Emmy Awards! –, qu'Alain Carrazé, dirigeant de 8ArtCity, explique par un fort potentiel de fidélisation: "Ils font presque partie de la famille. En plus, ils ne vieillissent pas."

Une autre raison du succès tient selon ce dernier à la capacité des producteurs à "capter l'air du temps et à inclure dans quasiment tous les épisodes des allusions à l'actualité du moment, même si la série est longue à produire." "Ce n'est pas du tout une vision édulcorée de la société, poursuit Alain Carrazé. C'est un peu l'anti-sitcom familiale." Canal+ a commencé il y a quelques jours la diffusion de la 20^e saison inédite des *Simpson* (une 21^e est en préparation). Le coffret 4 DVD de la saison 12 vient de sortir.



La série "Daria" a été diffusée en France sur MTV et Canal+.

désaffection du public ados, en particulier pour l'animation. "C'est la cible qui quitte le plus facilement la télé, pour aller notamment sur les réseaux sociaux", explique Julien Borde. France Télévisions a décidé de miser sur la fiction jeunesse pour séduire cette tranche d'âge. "A partir de 12-13 ans, les jeunes commencent à basculer vers les fictions télé, reconnaît Christophe Thorat. Mais le président

de Timoon Animation y voit un "challenge pour les producteurs". "C'est vrai qu'essayer de produire des séries d'animation ados ou adultes, c'est un moyen d'essayer de rattraper ce public qui, progressivement, glisse vers la fiction, complète Boris Hertzog. Ils sont attirés par High School Musical, Camp Rock, etc. Mais, paradoxalement, ils aiment aussi beaucoup la «jap' anime». Essayer de développer des projets plus adultes pourrait permettre de les garder plus longtemps."

FRILOSITÉ DES CHÂINES

Le réalisateur Francis Nielsen, connu pour son franc-parler, s'en remet quant à lui au manque d'audace des chaînes. "J'ai produit les Sales Blagues de l'Echo avant l'arrivée de Jean-Marie Messier chez Canal+. A l'époque, il y avait encore une vraie ligne éditoriale. C'est un projet qui les amusait, qui leur faisait vraiment envie. La chaîne a mis 20 % du budget. Nous avons eu un peu de CNC, de l'argent

des distributeurs vidéo. C'était une époque où les gens disaient: «J'ai envie de voir ça!» Le projet adapté du célèbre magazine l'Echo des savanes a connu un succès international, selon le producteur, notamment en Australie et en Angleterre. "La créativité est là, les projets existent, poursuit-il. Mais ça bloque au niveau des chaînes, qui ne veulent pas prendre de risques. C'est pour ça que l'on continue à essorer les sempiternels personnages de BD..." "Il y a des moyens de tester, de réduire la prise de risques", explique Philippe Alessandri. Le producteur de CO2, qui a un autre projet sur cette cible dans les cartons – le format court *Starville*, produit à l'origine comme une pastille pour une émission de flux –, note que produire des séries ados adultes est aussi une façon de toucher une nouvelle clientèle. "Cette cible offre beaucoup d'opportunités pour les produits dérivés", indique pour sa part Christophe Thorat. ■