



**HAL**  
open science

## La place du pitch en festival dans le parcours de production de la série No man's land

Olivier Thévenin, Kira Kitsopanidou

### ► To cite this version:

Olivier Thévenin, Kira Kitsopanidou. La place du pitch en festival dans le parcours de production de la série No man's land. Bérénice Bonhomme; Hélène Laurichesse. Pitches, Workshops, Networks: Les enjeux des marchés de projets audiovisuels, OPENCULTURE, pp.37-49, 2022, 979-1041941339. hal-03972762

**HAL Id: hal-03972762**

**<https://hal.science/hal-03972762v1>**

Submitted on 13 Oct 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Public Domain

« PITCHS », « WORKSHOPS », « NETWORKS »  
LES ENJEUX DES MARCHÉS DE PROJETS AUDIOVISUELS  
sous la direction d'Hélène Laurichesse et Bérénice Bonhomme, OpenCulture, 2022

**Attention : cette version auteur (preprint)  
ne reprend pas la mise en page de l'éditeur**

**La place du pitch en festival dans le parcours de production de la série *No man's land*  
La création sérielle en question(s)**

Kira Kitsopanidou (IRCAV) et Olivier Thevenin (CERLIS) Sorbonne Nouvelle

Résumé : Cette contribution vise à nourrir la réflexion sur l'écosystème de la création sérielle de qualité en se focalisant sur la stratégie d'éditorialisation de la chaîne Arte et les effets du phénomène d'accélération de ce type de production. Cette étude se focalisera ensuite sur le montage artistique et financier de la série *No man's land* en restituant le processus de développement des différentes étapes de son internationalisation, ainsi que sur les dispositifs de soutien de cette série lors du festival Séries Mania, l'objectif étant d'analyser les relations complexes entre production, intermédiation et géopolitique de l'économie des séries de cet écosystème en pleine mutation.

L'enjeu de cette contribution consiste à mobiliser des approches à la croisée de l'économie, des sciences sociales et des études cinématographiques afin d'appréhender les transformations de l'économie des singularités (Karpick, 2007) de l'audiovisuel en étudiant des phénomènes sociaux d'intermédiation (Lizé et al., 2011) des marchés et des festivals qui stimulent l'écosystème de la création sérielle « en tant qu'accélérateurs de production, découvreurs de talents, outils de sélection et baromètres de la faisabilité artistique et économique des projets<sup>1</sup> ». Ce double intérêt pour l'écosystème des séries et pour les festivals appliqués au marché de co-production prend une dimension toute particulière avec l'expansion du secteur audiovisuel désormais tout aussi légitime et dynamique que celui du cinéma. Sur un marché structuré en effet autour de nouveaux entrants numériques, la série audiovisuelle en est venue à représenter une recomposition du paysage de la création. La « festivalisation » du domaine de la création sérielle bouleverse également la légitimation accélérée d'une forme consacrée d'abord par les chaînes payantes du câble, puis par Internet et l'arrivée des plateformes (Boullier, 2021), au point qu'elle semble

---

<sup>1</sup> Nous faisons référence à l'argument de l'appel à communication au colloque International « Les accélérateurs de développement et de production des projets audiovisuels. Les « Pitch », « Workshop », « Network » : Pratiques, enjeux et expériences », Université de Toulouse, les 22 et 23 mars 2021.

aujourd'hui devenir l'un des rouages économiques et symboliques incontournables de l'écosystème mondialisé (Lecler, 2019) de la création audiovisuelle.

Dans un marché où la diversification des stratégies des diffuseurs génère de l'accélération (Rosa, 2013) pour l'ensemble des acteurs du secteur de la création, l'étude de l'éditorialisation d'une chaîne comme Arte et sa relation au dispositif favorisant l'émergence et l'incubation de futures créations audiovisuelles permet d'aborder utilement les transformations de la filière et les changements de positionnement des intermédiaires français en Europe et dans le monde. Notre intention ici consiste à montrer que la compréhension de cette économie et de cette esthétique des séries internationales dépend des enjeux géopolitiques des groupes audiovisuels et des entreprises du numérique - qui se dissolvent peu à peu dans un ensemble plus vaste, où la technologie, le commerce et la création entretiennent de nouveaux rapports (Le Diberder, 2019) - et d'un ancrage territorial des chaînes. Nous partirons ainsi d'approches économiques (Kitsopanidou et Soulez, 2015) mais également socio-anthropologiques (Rosa, 2018) en nous appuyant sur une étude de cas pour saisir la place du pitch dans le parcours de production de la série *No man's land* tout en présentant quelques constats sur les phénomènes d'accélération de la production des projets audiovisuels et la contribution des festivals à ce mouvement (Moeschler et Thévenin, 2021). Nous verrons alors que les rythmes propres à la production des créations audiovisuelles contemporaines<sup>2</sup> peuvent être entremêlés à ceux des événements festivaliers (Elsaesser, 2015 ; Dayan, 2021) dès lors que l'on s'équipe conceptuellement et techniquement pour les analyser.

### ***Éditorialisation de la série premium chez Arte France***

Sur le marché contemporain de la création de fictions sérielles dites « premium » (format 52 min allant de 2 à 13 épisodes), les séries financées par Arte France incarnent une approche singulière de l'internationalisation de la série audiovisuelle qui découle d'une part du projet d'entreprise et du modèle d'affaires propre à cette entité Franco-allemande singulière, (Boudon et al., 2018) et d'autre part de sa stratégie face à la plateformes croissante de la télévision. Arte est financée par la contribution à l'audiovisuel public prélevée en France et en Allemagne et a vocation à diffuser différents genres audiovisuels à caractère culturel principalement en linéaire (télévision classique) ainsi qu'une offre numérique multilingue pour tous les écrans (en direct, à la carte, en VOD payant, DVD, etc.) pour favoriser la diffusion des contenus audiovisuels de qualité. Elle est identifiée dans le paysage audiovisuel européen comme un groupe à l'avant-garde des tendances

---

<sup>2</sup> L'Observatoire Européen de l'audiovisuel désigne cette catégorie de fiction comme des séries haut de gamme qui ont pour caractéristiques d'avoir un format de production de 3 à 13 épisodes par an présentant un certain potentiel d'exportation et de coproduction internationale. Cf. *TV fiction production in the European Union*, Observatoire Européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe), Strasbourg, 2017.

notamment au niveau de la fiction qui représente 19% de ces contenus. La production de séries d'Arte relève ainsi d'une économie de niche avec des budgets modestes limitant ainsi le nombre de projets possibles sur une saison, mais disposant d'une réelle reconnaissance dans sa capacité à diffuser et à co-produire des séries de qualité d'envergure nécessairement internationale compte tenu de sa dimension européenne.

Dans le paysage des chaînes historiques en France, le cheminement d'Arte vers la création originale de séries dits « premium » suit un mouvement allant de la résistance aux normes audiovisuelles dominantes par « l'appropriation cinématographique de l'unité fiction » (Alexandre, 2018) de l'unité fiction supervisée par Pierre Chevalier, à la démocratisation des formats populaires de la série combinant qualité et exigence<sup>3</sup>, sous la direction de Vincent Meslet, ancien directeur de programmes de France 3 et initiateur du feuilleton à succès *Plus Belle La Vie*. Au tournant des années 2010, la chaîne se démarque au sein du paysage de l'audiovisuel Français avec la création de sa plateforme arte.tv qui s'impose comme le fer de lance d'une identité forte dans ce domaine avec la transformation de sa stratégie éditoriale en donnant une place de choix aux séries européenne. De ce dernier objectif témoigne le lancement d'une offre pionnière en France consacrée aux séries nordique (grâce à l'entité allemande de la chaîne et à ses accords de production/diffusion avec les chaînes Suédoise, Danoise, et Norvégienne). En parallèle, Arte investit dans la production de quelques séries françaises de 52 minutes novatrices (*Ainsi soient-ils*), dotées d'un regard d'auteur (à l'instar de *P'tit Quinquin* de Bruno Dumont) pour alimenter la nouvelle case du jeudi en première partie de soirée dédiée à la fiction.

Ainsi, les années 2009 à 2015 sont pour Arte France une période de relance de la fiction. Canal + se positionnant en berceau de la créativité sérielle en France, Arte fait valoir sa singularité culturelle européenne pour accroître ses investissements (au demeurant modeste en finançant quelques séries par an) dans la fiction. Sous la direction de l'unité de fiction par Olivier Wotling, ancien directeur du cinéma du CNC, la chaîne s'ouvre davantage, à partir de 2015, à la coproduction internationale (*Occupied 2*, *Ride Upon the Storm*) et intensifie ses partenariats avec les plateformes, auprès desquelles elle cultive une image d'exigence, de qualité, de créativité et de bonne entente avec les talents. Wotling justifie cette ouverture grandissante vers la coproduction comme un moyen d'« avoir voix au chapitre artistique », permettant à la chaîne d'attirer des projets ambitieux. Il précise à ce sujet : « La force de la « niche Arte » sont les produits singularisants, perçus comme transgressifs. Un petit laboratoire de Recherche et de Développement pour une plateforme qui ne paye pas le développement. Arte porte ce risque et

---

<sup>3</sup> Des séries HBO comme *Oz*, *The Wire* ou *The Sopranos* à la vague de séries scandinaves comme *Borgen*, *The Bridge*, *The Killing*, etc.

la plateforme maintient la pression sur la production »<sup>4</sup>. En contrepartie de cette capacité à repérer et à s'engager dans des projets exigeants aux univers et styles singuliers, Arte bénéficie d'une autonomie éditoriale, même si cette reconnaissance professionnelle à l'international peut, paradoxalement, conduire à l'effacement de la spécificité du groupe Arte comme chaîne publique à caractère culturel lorsque ces programmes sont diffusés sur des plateformes<sup>5</sup>.

Même si la part des coproductions parmi les titres de séries « premium » produites en Europe ne s'élève qu'à 12% en 2020<sup>6</sup>, le pourcentage des coproductions dites « non-linguistiques » (c'est-à-dire qui ne se font pas avec des pays partageant une langue commune) est en constante évolution. A l'instar d'autres acteurs historiques de l'audiovisuel ne bénéficiant pas de l'envergure des plateformes transnationales pour financer une économie de la série premium à coûts fixes de plus en plus élevés, Arte coproduit un nombre limité de séries ou préachète des titres qui ont vocation à être diffusés sur les marchés français et allemands en exclusivité. Dans cette offre audiovisuelle abondante atteignant aujourd'hui un volume de 696 titres, Arte contribue ainsi à produire des « séries originales de qualité » à orientation internationale en revendiquant la singularité d'un geste éditorial, tout en étant explicitement positionné sur une dimension politique et idéologique (Bouquillon et Combès, 2015) qui est en adéquation avec une dimension industrielle et financière relevant du service public. L'incorporation de cette dimension en marge du marché dominant se produit ainsi de manière plus manifeste dans des discours explicitant une stratégie d'éditorialisation de cette chaîne dans le domaine de la fiction. Cette conception de la culture audiovisuelle contemporaine qui se revendique comme singulière est inscrite dans les modalités mêmes de création, production, vente, diffusion et mise en marché qui permet à cet acteur de se différencier des autres acteurs du secteur privé ou du service public français en continuant de jouer le rôle de repère de qualité auprès des talents, des réalisateurs et des producteurs, mais aussi auprès des nouveaux clients que sont les plateformes américaines mondialisées (Cicchelli et Octobre, 2021).

### ***La place du Pitch dans l'économie créative singulière mondialisée No Man's Land***

Nous proposons dans cette partie de reconstituer la genèse du projet de *No man's land*, série organiquement internationale par sa thématique (le conflit syrien) et son développement, ne se situant ni dans le glocal, ni dans les super-coproductions-événements européennes mais dans un

---

<sup>4</sup> Intervention du 22 novembre 2021 dans le cadre du séminaire « Écosystèmes des séries : approches socio-économiques » à la Sorbonne Nouvelle.

<sup>5</sup> Intervention du 22 novembre 2021 dans le cadre du séminaire « Écosystèmes des séries : approches socio-économiques » à la Sorbonne Nouvelle.

<sup>6</sup> Elle est de 23 % dans le cinéma. Cf. Gilles Fontaine, « Audiovisual Fiction production in Europe : 2020 figures », Observatoire Européen de l'Audiovisuel, février 2022.

entre-deux faisant de cette expérience de production un prototype intéressant à observer en lien avec l'écosystème contemporain de la fiction sérielle. Pour Olivier Wotling, l'enchevêtrement entre différents types de créativité, artistique (les talents derrière l'écriture) et économique (les coproducteurs) est la condition même qui rend possible la série. En effet, le développement du projet passe, en partie, par l'initiative de producteurs (Maria Feldmann et Eitan Mansuri) et scénaristes Israéliens (Ron Leshem et Amit Cohen<sup>7</sup>) qui ont l'expérience de l'international, en termes de talents d'écriture et de cultures de production, et d'une collaboration Française (Haut et Court, Arte France) et belge (Versus Production) rompue à la co-production internationale dans le domaine du cinéma. La série bénéficie aussi des dispositifs de soutien aux coproductions européennes (Euvrard et al., 2018) et, en particulier, de la plateforme Co-Pro Pitching sessions du festival Séries Mania où elle a été sélectionnée en 2017. Désormais très identifié pour son rôle structurant de l'écosystème créatif des séries, le cadre des Co-Pro Pitching sessions se positionne comme un tremplin pour les projets innovants portés par de nouveaux talents ainsi que comme un lieu d'échanges et de networking pour les professionnels. *No man's land* est un exemple emblématique d'une série qui a bénéficié du dispositif favorisant ainsi des collaborations croisées entre les porteurs israéliens du projet, la société de production française Haut et Court, la chaîne Arte et les vendeurs internationaux. S'il est difficile de reconstituer avec certitude la chronologie de cet attelage dans le développement du projet en France, car, comme la plupart des projets, le scénario de *No man's land* circulait déjà parallèlement chez différents partenaires, sa sélection aux Co-Pro Pitching ainsi que le prix du meilleur Pitch à Séries Mania en 2017<sup>8</sup> ont toutefois été certainement un appui pour engendrer une meilleure visibilité du projet. Cet effet promotionnel est central à l'échelle médiatique en France et le fait que la série ait été sélectionnée en compétition internationale à Séries Mania en 2020 a renforcé sa stature de série de qualité et indubitablement son audience au niveau national.

L'un des producteurs de Haut et Court indique par ailleurs que si le festival a effectivement facilité la recherche de partenaires<sup>9</sup>, c'est l'implication de la société anglaise Fremantle, puis la co-production et l'achat pour la diffusion sur la plateforme HULU qui ont permis à *No man's land* de parvenir à un montage financier<sup>10</sup> à la hauteur d'un budget<sup>11</sup> d'une série internationale de qualité.

---

<sup>7</sup> Ron Leshem est le co-créateur d'*Euphoria* pour HBO et Amit Cohen est co-créateur, avec Leshem, de la série *False Flag*.

<sup>8</sup> Le festival Séries Mania sélectionnera la série en Compétition internationale au Festival en 2020 et lui consacrerait aussi une session « Du Pitch à l'écran/ From Pitch to screen » en 2020.

<sup>9</sup> Il est notamment possible que dans un deuxième temps Versus production (le coproducteur Belge) ainsi que des partenaires secondaires comme Wallimage, Belga Films Fund et Inver Tax Shelter puisse avoir été influencés par la Co-Pro Pitching sessions.

<sup>10</sup> Entretien le 25 février 2022 avec Simon Arnal, producteur à la société de production Haut et Court.

<sup>11</sup> Le budget final se situe à une fourchette d'environ 13 à 14 millions d'euros pour 8 épisodes. Entretien avec Olivier Wotling, 3 février 2022.

La série n'atteint réellement une visibilité à l'international que parce qu'elle s'appuie aussi sur des pivots économiques anglais et anglo-saxons<sup>12</sup>.

A posteriori, un autre élément majeur d'explications de la réussite de la série provient de la capacité des scénaristes à maîtriser une écriture sérielle innovante qui rend possible de combiner un récit se déployant dans plusieurs aires culturelles avec des comédiens de différentes nationalités parlant autant en anglais que dans d'autres langues<sup>13</sup> liées au contexte géographique des protagonistes de la fiction (c'est-à-dire en France, en Angleterre, en Syrie et au Kurdistan). C'est aussi, probablement, parce qu'il existe un savoir-faire des auteurs israéliens reconnus aux États-Unis (ceux-ci travaillent et résident à Los Angeles et New York) que le projet a réuni les conditions pour acquérir une crédibilité et ensuite une forme répondant au standard des productions internationales des séries « haut de gamme ». Le multi-linguisme est l'une des caractéristiques des évolutions de la production de ce type de séries en particulier dans les pays anglo-saxons qui élargissent le spectre de la création à des formats ouverts aux cultures et aux autres langues que l'anglais. En effet, pour ce type de séries qualifiées par les professionnels de « non-english show », c'est-à-dire une création audiovisuelle internationale dans laquelle la langue anglaise n'est pas exclusive, il existe une demande des publics - notamment abonnés à des plateformes anglo-saxonnes plus qualitatives comme Hulu - qui recherchent une plus grande variété de répertoires savants et populaires, locaux et cosmopolites sensibles à l'expérience de l'altérité culturelle (D'Iribarne, 2008). La langue est de moins en moins un écueil sur le plan du financement des séries lorsqu'elle est justifiée sur le plan narratif.

L'originalité de l'histoire de *No man's land* fondée sur un métissage intelligible lui a valu un niveau de notoriété et une circulation internationale rarement égalée par une chaîne franco-allemande et des producteurs indépendants (la série a été vendue sur plus de 140 territoires). Cette ouverture se traduit aussi au niveau du *casting* dont la mixité de la notoriété locale des acteurs (Félix Moati, Mélanie Thierry, Souheila Yacoub, James Krishna Floyd, Dean Ridge) la singularise des productions majoritaires de l'audiovisuel américain disposant d'un *casting* anglo-saxon *mainstream*. Ne bénéficiant ni de la puissance de promotion médiatique du vedettariat américain ni d'une seule identité « locale » à vocation internationale<sup>14</sup>, la série rentre dans une catégorie atypique qui, pour capter l'attention, a fonctionné sur la dynamique de l'entremêlement culturel.

---

<sup>12</sup> Entretien avec Olivier Wotling du 3 février 2022.

<sup>13</sup> Le producteur français de la série, Simon Arnal estime à 40 % la part des dialogues en français et à environ 45 à 40 % la part des dialogues en anglais. Entretien du 25 février 2022.

<sup>14</sup> Entretien le 3 février 2022 avec Olivier Wotling

## **Conclusion**

*No man's land* et son statut de série mondialisée relève, sur le plan narratif, artistique et financier, d'une économie de pur prototype au sens où elle ne semble pas dessiner un modèle de fabrication ouvrant une brèche où d'autres séries vont pouvoir s'engager. Elle modélise, néanmoins, d'une certaine manière, les enjeux et les incertitudes de la transnationalisation des biens culturels aujourd'hui, offrant aussi une illustration des relations complexes entre production, intermédiation et géopolitique de l'économie des séries. Elle permet, enfin, de nuancer les effets en termes d'accélération et des modalités de circulation des séries en festival mettant en exergue le caractère entremêlé des rythmes propres à la production des créations audiovisuelles contemporaines de qualité à fort potentiel de vente dans les pays anglo-saxons et à l'international et ceux des événements festivaliers en Europe continentale.

Les festivals de séries audiovisuelles contribuent toutefois pleinement à la professionnalisation de l'industrie de la fiction sérielle et à son accélération, en termes de capacité d'innovation et d'adaptation aux enjeux du nouvel écosystème audiovisuel à l'échelle de la France. Tels des "clusters temporaires d'innovation", ils stimulent des relations de travail productives, génèrent un climat d'innovation et organisent la rencontre et l'articulation entre logiques financières (créativité économique) et artistiques (créativité artistique) en particulier pour des projets émergents ne bénéficiant pas de l'implication de partenaires anglo-saxons.

Ce retour sur les stratégies éditoriales d'Arte France et la genèse de la série *No man's land* a vocation d'ouvrir vers des questionnements plus délibérément tournés sur des enjeux stratégiques d'accompagnement de la création, d'apprentissage collectif, de stimulation des transferts d'expérience et d'information sur les tendances fortes du secteur, en montrant qu'il est utile de mobiliser différentes approches théoriques et une démarche résolument empirique procédant par accumulation d'étude de cas pour aborder en situation réelle les évolutions complexes de cet écosystème mondialisé en pleine mutation.



## Bibliographie

- BOUILLIER, Dominique. *Puissance des plateformes numériques, territoires et souverainetés*, Research paper, Sciences Po Chaire Digital, Gouvernance et Souveraineté, 2021.
- BOUDON, Héloïse et SONET, Virginie. « La créativité dans la production de fictions télévisées en France : une notion en trompe-l'œil ? », *Communiquer*, 2018, n°22, p. 113-123.
- BOUQUILLION Philippe., COMBÈS Yves. 2015. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris : L'Harmattan, coll. « Questions contemporaines ».
- CARAYOL, Valérie. (dir.). *Vivre l'urgence dans les organisations*. Paris : L'Harmattan, coll. "Communication des organisations", 2005, 157 p.
- CICCHELLI Vincenzo, OCTOBRE Sylvie. « La globalisation de la culture », *Réseaux*, 2021/2-3
- CRETON, Laurent. (dir.). « Cinéma et stratégies : économie des interdépendances », *Théorème*, 232. Presses Sorbonne Nouvelle, 2008.
- DAYAN, Daniel. « A la recherche de Sundance : Retour sur l'expérience d'un festival de cinéma », in *Loisir et Société / Society and Leisure*, Vol. 44, n°1, 2021.
- ELSAESSER, Thomas, « Film Festival Networks: The New Topographies of Cinema in Europe », *European Cinema: Face to Face with Hollywood*. Amsterdam : University Press, 2005, p. 82-107.
- D'IRIBARNE, Philippe. *Penser la diversité du monde*, Seuil, 2008.
- EUVRARD, Timothée, KITSOPANIDOU, Kira et THÉVENIN, Olivier. « Plateformes de coproduction et mondialisation de l'audiovisuel : espaces stratégiques de médiation au carrefour d'enjeux industriels et créatifs », *Entrelacs* [Online], 2018, n°14. Disponible sur : <http://journals.openedition.org/entrelacs/4180>.
- FONTAINE, Gilles (dir.). *TV Fiction production in the European Union et Annuaire 2017-2018*, Strasbourg : Observatoire Européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe), 2017 et 2018.
- HARTOG, François. *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*. Paris : Seuil, coll. "La Librairie du XXIe siècle", 2003, 262 p.
- KARPICK, Lucien. *L'économie des singularités*. Paris : Gallimard, 2007.
- KITSOPANIDOU, Kira et SOULEZ, Guillaume. « Le Levain des médias : forme, format », média, *MEI*, n°39, 2015.
- LECLER, Romain. *Une contre-mondialisation audiovisuelle, ou comment la France exporte la diversité culturelle*. Paris : Sorbonne Université Presses, 2019.
- LE DIBERDER, Alain. *La nouvelle économie de l'audiovisuel*. Paris : La Découverte, coll. « Repères », 2019.
- LIZÉ, Wanceslas, NAUDIER, Delphine et ROUEFF, Olivier. *Intermédiaires du travail artistique*. Paris : La Documentation française, 2011.
- LUHMANN, Niklas. *La réalité des médias de masse*. Paris : Diaphanes, 2012.
- MOESCHLER, Olivier et THÉVENIN, Olivier. « Film festivals: Metamorphosis of a research object and field », *Loisir et Société / Society and Leisure*, Vol. 44, n°1, 2021.
- PAILLARD, Jérôme et LAURICHESSE, Hélène. « Le marché du film du Festival de Cannes », *Revue Entrelacs* n°14 [En ligne], 2018, n°14.
- ROSA, Harmut. *L'accélération : une critique sociale du temps*. Paris : La Découverte, coll. "Poche", 2013, 487 p.
- ROSA, Harmut. *Résonance. Une sociologie de la relation au monde*. Paris : La découverte, 2018.
- VINUELA, Ana. « Le marché de la coproduction de la Berlinale dans l'univers du cinéma du monde », *Entrelacs* n°14 [En ligne], 2018.