

Le virage de FremantleMedia

La société de production FremantleMedia est depuis quelques mois en phase de renouvellement, encouragée par sa maison-mère, RTL Group. En France, alors qu'elle perd un volume horaire de diffusion de 200 heures entre la saison 2014/2015 et 2015/2016[1], avec notamment un nombre de commande plus faible de France 3 pour les déclinaisons de *Questions pour un Champion*, la filiale de RTL Group compte bien rebondir avec le retour de plusieurs marques de flux et le développement de fictions.

FremantleMedia en chiffres :

- 10 000 heures de programmes originaux par année dans le monde
- Présent dans les genres flux, documentaires, fictions et jeux
- En France, 352 heures de programmes (saison 15/16)
- 10 marques programmes en diffusion (15/16) : *Mot de passe* (France 2), *Questions pour un champion* (France 3), *La France a un incroyable talent*, *L'Amour est dans le pré*, *Déco*, *Seconde Chance* (M6), *Nouvelle Star* (D8), *Séduis-moi si tu peux* (W9), *Storage Wars* (6Ter)
- 5 marques en prime time / 3 en access

Sources : FremantleMedia et Ecran Total

Côté fiction, FremantleMedia renouvelle pour une deuxième saison sa récente série *American Gods* visible sur la chaîne Starz (et sur Amazon en France). Un nouveau CEO pour l'Amérique du Nord vient par ailleurs d'être nommé, Jennifer Mullin, qui supervisera le développement, la production, la vente de programmes de flux et de fictions aux chaînes gratuites et payantes.

En France, simultanément à l'annonce du retour d'*American Idol*, sa version française, *La Nouvelle Star*, va renaître sur M6 après son arrêt sur D8 en 2016. Sur M6, le programme avait été diffusé entre 2003 et 2010 puis le format avait changé de groupe pour s'installer sur D8 entre 2012 et 2016. En termes d'audience, sur M6, *Nouvelle Star* était en 2010 dans la moyenne des programmes de la chaîne (en moyenne 14,6% de PdA pour les prime) mais perdait son statut de programme phare. En effet, il se situait à cette époque loin derrière la série *NCIS* (24,1% de PdA). De plus, *Nouvelle Star* qui demeurait jusqu'à présent le format de télé réalité le plus puissant de la chaîne, se voyait dépasser par des marques plus récentes : le programme culinaire *Top chef* (16% de PdA) et *La France a un incroyable talent* (15,2%). Ainsi, plus que le genre télé réalité, il semblait alors que la thématique musicale et l'ancienneté du format étaient imputables au recul d'audience de *Nouvelle Star*. Ce qui pourrait aujourd'hui susciter une interrogation quant à la reconduction du programme sur la chaîne.

Mais le rebond de Fremantle en France ne se résume pas au retour de *La Nouvelle Star*. En

effet, la société de production souhaite davantage se tourner vers la fiction. Actuellement, ses revenus viennent essentiellement du flux (jeux, talent show) et dans une moindre mesure de la fiction. Cette volonté de se diversifier suit la tendance générale des sociétés de production qui voient la fiction française comme un nouvel eldorado. Depuis 2015, FremantleMedia a ainsi acquis les sociétés Kwaï et Fontaram pour être davantage présent sur ce genre. Un virage qui prend aujourd'hui tout son sens alors que les fictions françaises prennent leur revanche sur les fictions américaines en termes d'audience mais aussi par leur succès à l'exportation. Ainsi, en mars 2017, Kwaï a reçu le prix du producteur français de télévision (catégorie fiction) pour l'ensemble de ses créations diffusées en 2016 (*Baron Noir, Kim Kong, etc.*). Ailleurs en Europe, Fremantle continue son expansion et investit dans d'autres sociétés de production de fictions : Corona Pictures, Dancing Ledge, Bend it TV et Duck Soup Films au Royaume-Uni, Wildside en Italie. Enfin, le digital fait également partie des investissements actuels de FremantleMedia, avec notamment une prise de participation dans Divimove, un des principaux MCN européens.

[1] Source : *Ecran Total*, Classement des producteurs de flux saison 2015/2016 (12 octobre 2016)