

Esquisse du paysage télévisuel brésilien

Rapport de veille | avril 2014

Fondé sur la contribution de l'Agent de Liaison Scientifique WBI au Brésil (São Paulo)

1. Introduction

La télévision publique brésilienne existe depuis la Loi de 2007, établissant les principes et les objectifs de la radiodiffusion publique et créant l'Entreprise Brésilienne de Communication (EBC), gestionnaire de TV Brasil.

Cependant, depuis les années 1950, la télévision existe comme entreprise commerciale, tout en étant étroitement liée aux exigences politiques, modèle qui prévaut aujourd'hui encore. Les initiatives relatives à la mise en œuvre d'un service public (canaux éducatifs et ensuite TV Brasil) peuvent en effet être considérées comme marginales compte tenu de la disparité de l'étendue de l'accès entre le système public et le système commercial dominant.

Jusqu'il y a peu, les œuvres de production télévisuelle dépendaient quasi exclusivement de lois d'incitants culturels et de d'appels à projets directs. Les choses ont commencé à changer avec la création de nouvelles politiques publiques telles le Fonds Sectoriel de l'Audiovisuel et les Prix Additionnels de Revenu et de Qualité (Premios Adicionais de Renda e de Qualidade), les mécanismes de soutien à la production, tels l'article 3A de la Loi sur l'Audiovisuel et les accords et programmes de coproduction internationales soutenus par l'Apex-Brasil et le Ministère de la Culture.

Ces nouvelles politiques confirmant l'abandon de l'idée selon laquelle chaque œuvre doit être nouvelle, indépendamment du médium à laquelle elle est destinée, pour privilégier un flux continu qui comprend toute la chaîne créative, productive et commerciale.

L'Etat participe à cet effort par le biais de divers mécanismes d'appui, notamment par la création de l'ANCINE, Agence Nationale de Cinéma, début des années 2000. En parallèle, l'action d'institutions telles que **l'Association Brésilienne de Producteurs Indépendants de TV** – ABPITV, jouent un rôle important dans le processus, auquel les universités sont également associées, pour leur rôle essentiel en termes de formation de jeunes professionnels du domaine.

Dans le domaine télévisuel, le marché devrait s'étendre considérablement grâce à la Loi 12.485, laquelle régle la TV par abonnement, prévoyant des quotas pour la production et des canaux nationaux et la

prévision de nouvelles ressources pour la production audiovisuelle (estimés à environ 600 millions de Reais par an/196 millions d'Euros par an). La publicité, bénéficiant de la diversification des canaux est bien entendu considérée comme un outil important de cette modification du paysage télévisuel.

La coproduction est donc particulièrement avantageuse à cet égard.

A noter dans ce cadre que la Fédération Wallonie-Bruxelles vient de signer un accord de coproduction avec l'ANCINE (**personne de contact : Jeanne Brunfaut**), lors d'un festival de cinéma belge qui s'est tenu dans l'Etat de Santa Catarina.

<http://www.proppi.uff.br/ciberlegenda/o-mercado-da-produ%C3%A7%C3%A3o-para-tv-e-o-di%C3%A1logo-com-universidades>

2. Acteurs du secteur

Les **principales chaînes** brésiliennes sont les suivantes :

- **Réseau Globo** (privé, le groupe le plus important mondialement après celui de l'American Broadcasting Company, principal producteur de telenovelas, fondé en 1965). Un article publié récemment par *The Economist* décrit la domination du groupe dans le paysage télévisuel brésilien. Voir : <http://www.economist.com/news/business/21603472-brazils-biggest-media-firm-flourishing-old-fashioned-business-model-globo-domination>)
- Réseau Record (privé – fondé en 1953)
- SBT (privé – fondé en 1981)
- BAND (chaîne privée, fondée sur concession du régime militaire en 1967)
- Groupe RBS (privé)
- Autres chaînes : TV Brasil (seule chaîne publique), TV Cultura (chaîne publique-privée), CNT, Réseau Gazeta, réseaux régionaux.

Liste complète, voir :

http://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_emissoras_de_televis%C3%A3o_do_Brasil

Une association regroupe les producteurs indépendants. Il s'agit de l'**Association brésilienne de producteurs de télévision indépendants**. Pour plus d'informations, voir : <http://abpitr.com.br/site>

Pour plus d'information sur le paysage audiovisuel au Brésil et en Amérique Latine, nous vous invitons à consulter ce rapport (espagnol) : http://www.dmasillorenteycuencia.com/689FCA0A-F536-40BB-B5B2-544E89FE6556/FinalDownload/DownloadId-D883AB8913C7FDA7D1633BDBB175AEE0/689FCA0A-F536-40BB-B5B2-544E89FE6556/publico/130808_informe_especial_region_latam.pdf

3. Aides destinées à la production audiovisuelle locale

Le Fonds Sectoriel de l'Audiovisuel – FSA, est un fonds créé par la Loi n°11.437 du 28 décembre 2006 et destiné au développement articulé de toute la chaîne productive de l'activité cinématographique et audiovisuelle au Brésil. Le FSA est une catégorie du Fonds National de la Culture, financé par des recettes fiscales, qui vise le développement de la production, la distribution/commercialisation, l'exhibition ainsi que l'infrastructure de services, via l'utilisation de différents instruments financiers tels les investissements, financement, opérations de soutien et d'égalisation des tarifs. Le budget annuel du fonds pour 2013 est de 318 000 000 Euros.

Les actions du FSA sont effectuées via son agence exécutive, l'ANCINE, Agence Nationale de Cinéma, laquelle **supporte activement la production télévisuelle via des appels à projets**, comme en témoigne cet appel général à projets de 2014, lequel atteint des montants record. Il est intéressant de souligner que ces mesures permettent des coproductions internationales, à certaines conditions.

<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-divulga-novos-editais-das-linhas-de-investimento-do-fsa>

1^{er} appel : Les fonds disponibles visent la production locale de séries de fiction, documentaires, animation et téléfilms documentaires. Le financement global de cet appel est de 50 millions de Reais/16,33 millions d'Euros, dont 5 millions de Reais/1,6 millions d'Euros pour la production de téléfilms documentaires.

http://www.brde.com.br/fsa/images/editais/chamada%20-%20prodav%2001-2013%20_b_.pdf

2^e appel : Cet appel vise à financer la production de contenus indépendants pour la télévision et de projets présélectionnés pour la télévision ouverte et la télévision par abonnement.

Le financement global de cet appel est de 30 millions de Reais/9,8 millions d'Euros.

http://www.brde.com.br/fsa/images/editais/chamada%20-%20prodav%2002-2013%20_prog_.pdf

L'**Association brésilienne de producteurs de télévision indépendants**, en partenariat avec l'Apex-Brasil et le Ministère de la Culture, a créé "**The Brazilian TV Producers (BTVP)**", an audiovisual content export program. It has been promoting the independent audiovisual production abroad, enabling partnerships between Brazilian and foreign companies. Our goals are to promote new co-production opportunities and develop international partnerships for TV and new media producers." Pour plus d'informations, voir :

<http://www.braziliantvproducers.com/en/sobre.php>
<http://www.braziliantvproducers.com/en/noticias.php>

D'autres mesures existent :

- au niveau municipal, avec par exemple l'entreprise municipale de la préfecture de Rio de Janeiro, responsable de la production audiovisuelle : Riofilme, laquelle a ouvert début 2013 une ligne de

financement d'une valeur initiale de 10 millions de Reais/3,2 millions d'Euros, destinée à des contenus nationaux pour la TV par abonnement.

<http://memoria.etc.com.br/agenciabrasil/noticia/2013-02-21/riofilme-vai-financiar-producao-de-conteudo-para-tv-por-assinatura>

4. Actualités

✓ L'observatoire de la presse – (observatório da imprensa) relate dans un article l'existence de **deux modèles dans la télévision brésilienne**:

- le premier, qui intègre télévision et internet, avec comme exemple Google TV, qui est arrivée sur le marché brésilien fin 2012;

- le second, qui concerne l'intégration de plus en plus importante de groupes de télécommunications dans le marché audiovisuel, avec comme exemple principal la télévision par signature, la télévision publique (ouverte) souffrant d'inertie et contrôlée par des groupes de familles locales.

Concernant la présence d'investissements étrangers, l'article souligne le besoin de nouer des partenariats afin d'échapper à la saturation du marché et aux contraintes technologiques. A cet égard, la diffusion TV satellite est le premier exemple démontrant la nécessité d'investissement étrangers, nécessaires en raison des coûts et de la complexité technique de l'opération. Les capitaux étrangers sont également présents dans la TV par câble même si leur entrée est réglementée (et contournée par divers moyens). L'inclusion d'investissements étrangers dans le TV par microondes payée ne connaît quant à elle pas de limitation.

Les auteurs pointent également le développement de clusters d'innovation technologique et organisationnelle, nés de l'internationalisation des productions de la télévision conventionnelle, de l'augmentation des canaux thématiques ainsi que de l'exploitation de marchés annexes.

Ces tendances sont bien présentes au Brésil, pays dont la créativité ne fait pas défaut. Cependant, pour pouvoir se développer, le marché audiovisuel brésilien devra aussi se démocratiser et sortir de l'emprise des grands groupes privés traditionnels tels la Globo.

Source : <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/as-teles-e-o-mercado-audiovisual-no-brasil>

✓ Le Brésil et l'Europe recherchent des solutions afin d'uniformiser les signaux de télévision. Le **projet GLOBALITV** a été lancé ce 17 d'avril 2014 par le Centre Interdisciplinaire de Technologies Interactives de la Faculté Polytechnique de l'Université de São Paulo.

Sources : https://groups.google.com/forum/#!topic/tvinterativa/RqG_Ve1RzWU

<http://www.panoramaaudiovisual.com.br/2014-04-pesquisadores-buscam-globalizar-sinal-de-tv-13026>

✓ **Brazil 2014 set to smash TV records**

Record d'audience pour la télévision brésilienne durant la Coupe du monde? C'est ce qu'ils espèrent.

Source: <http://wtvr.com/2014/06/10/brazil-2014-set-to-smash-tv-records/>

✓ **Globo domination**

L'article décrit la puissance de TV Globo, le plus grand réseau de diffusion du Brésil. Pas moins de 91 millions de personnes l'utilisent tous les jours, ce qui représente un peu moins de la moitié de la population du pays. Sans conteste, aujourd'hui, c'est la plus grande entreprise de l'Amérique Latine avec un revenu de 6.3 milliard \$.

En termes de contenu, Globo possède ses propres studios où sont produits les émissions et les telenovelas. Ceci permet une grande flexibilité, car les telenovelas peuvent être adaptées en fonction de l'avis du public et des audiences.

Grace à sa stabilité et son poids économique, Globo installe sa dominance dans le paysage audiovisuel du pays, et sans conteste pour plusieurs années. Cependant, tout comme ces concurrents, Globo est influencé par les tendances actuelles (changement des habitudes de consommation à cause d'internet, second écran) et doit s'en adapter.

Source: <http://www.economist.com/news/business/21603472-brazils-biggest-media-firm-flourishing-old-fashioned-business-model-globo-domination>

5. Événements

- Conférence relative au panorama de l'audiovisuel, le 13 mai 2104 à São Paulo
<http://conferencia.panoramaaudiovisual.com.br/>
- Rio Content Market, du 25 au 27 février 2015.
<http://www.riocontentmarket.com.br/>

6. Contacts

- Marco Altberg: directeur et producteur de séries télévisées, longs métrages et abonnements pour la TV câblée, il est président de l'Association Brésilienne de Producteurs Indépendants de TV – ABPITV : maltberg.rlk@terra.com.br
- Fonds Sectoriel de l'Audiovisuel – Ancine : fsa.ancine@ancine.gov.br, Directeur Président de l'ANCINE – Manoel Rangel : presidencia@ancine.gov.br ou manoel.rangel@ancine.gov.br
- Ministre de la Culture – Marta Suplicy – chef de cabinet : Tania Rodrigues cgm@cultura.gov.br

- NCE-USP / Nucleo de Communications et Education de l'Université de São Paulo (fait partie de l'ECA – Ecole de Communication et Arts) :
<http://www.usp.br/nce/?wcp=/quemparticipa/lista,5,15,16> - izabelwiz@gmail.com
- SEBRAE (Service Brésilien d'Appui aux Micro et Petites Entreprises) – secteur économie créative -
<http://www.sebrae.com.br/setor/economia-criativa/o-setor/audiovisual>
- GLOBALITV Université de São Paulo : globalitv@lsi.usp.br
- Blog de Djalma Batista – djalmabatistamn@gmail.com
<http://www.meionorte.com/anisiodeabreu/fundo-setorial-do-audiovisual-anuncia-investimento-recorde-de-r-400-milhoes-no-mercado-279308.html>
- Jeanne Brunfaut – FWB : jeanne.brunfaut@cfwb.be