



Mexique

Pays d'honneur du MIPCOM 2014



Manifestation incontournable pour l'industrie internationale de la télévision et du cinéma, le MIPCOM est « le » rendez-vous annuel des achats et ventes de programmes, tous genres et supports confondus. C'est aussi un lieu d'échanges privilégiés pour les décideurs du secteur et un contexte idéal pour détecter les nouvelles tendances.

L'édition 2014 du MIPCOM, qui se tiendra à Cannes du 13 au 16 octobre prochain, met le Mexique à l'honneur. Pour ce pays, c'est l'occasion de mettre en avant ses atouts et de se profiler comme une destination idéale pour l'industrie du divertissement. **Pour l'Observatoire des tendances, c'est l'occasion de consacrer un dossier au plus grand producteur de contenus audiovisuels en espagnol, vu par plus d'un milliard de spectateurs dans 100 pays.**

Le présent dossier est fondé sur la veille menée par le bureau de l'AWEX à Mexico (lecture d'articles, entretiens avec des experts mexicains). Au sommaire :

1. *Bref aperçu du paysage télévisuel mexicain (chaînes, contenus diffusés, tendances mondiales)*
2. *Les clefs de la dynamique économique et créative mexicaine*
3. *Les programmes de flux (succès, flops, nouveautés et focus sur la télé réalité)*
4. *Quelques informations pratiques (événements, experts, sites et blogs de référence)*



[Paysage télévisuel]

Chaînes

Deux groupes dominent le paysage télévisuel mexicains : **Televisa** (70 % d'audience, 4 chaînes) et **TV Azteca** (30 % d'audience, 2 chaînes). Au total, il existe environ 20 chaînes différentes à échelle nationale, dont les plus connues appartiennent, outre à Televisa et TV Azteca, à l'Institut Polytechnique National, à la CONACULTA (Conseil National pour la Culture et les Arts), à l'UNAM ou encore à la ville de Mexico. Les grandes villes comme Monterrey et Guadalajara ont également leurs propres chaînes, tout comme par exemple le deuxième homme le plus riche du monde, M. Carlos Slim (Uno TV).

Il existe par ailleurs des chaînes payantes. Les trois exemples suivants sont détenus par Televisa :

- **SKY** : Télévision par satellite, détenue par Televisa à hauteur de 60 %. Elle offre plus de 232 chaînes. Actuellement, elle compte plus de 2 millions de membres au Mexique, en Amérique centrale et dans les Caraïbes. Son principal concurrent est Dish de Echostar/MVS/Telmex.
- **Cablevisión** : Télévision par câble.
- **Televisa Networks** (26 chaînes).

Contenus diffusés

La **production nationale** est la plus importante (plus de 50 %), suivie de celle des Etats-Unis (films et dessins animés principalement). Les liens avec les Etats-Unis sont très étroits et stimulés par la présence d'une importante communauté mexicaine de l'autre côté de la frontière, principalement sur la côte ouest.

Sur les 20 programmes les plus regardés au Mexique, les **feuilletons** (telenovelas) en représentent 40 % et la **télé-réalité**, 35 %.

Tendances mondiales

Si certaines des grandes tendances mondiales sont bien implantées au Mexique, d'autres y sont inexistantes. Bref tour d'horizon :

- la **dynamique du second écran** est exploitée par les chaînes pour affiner leur connaissance des goûts du public et adapter les programmes aux desiderata ainsi détectés.
- en général, **l'arrivée de Netflix n'a pas fait peur** aux chaînes télévisées, qui s'y étaient bien préparées. De plus, il semblerait qu'en Amérique latine, les chaînes gratuites ne soient pas en baisse d'audience, contrairement à d'autres pays.
- le **binge watching**¹ est monnaie courante au Mexique, surtout chez le jeune public. Il s'est répandu principalement depuis l'arrivée de Netflix qui l'a rendu possible, voire même encouragé.
- la **slow TV** est inexistante et les programmes pour le **troisième âge** sont très rares.

¹ Mot-valise anglo-saxon formé des verbes « to binge » (se goinfrer ou se saouler) et « watching » (regarder), le « binge watching » désigne la pratique qui consiste à « regarder de multiples épisodes d'un programme de télévision à la suite, souvent au moyen de DVDs ou de streaming en ligne » (Oxford English Dictionary).

[Dynamique économique et créative]

Quelques chiffres clefs

Selon les chiffres fournis par ProMéxico (équivalent mexicain de l'AWEX), le Mexique fait partie des 20 pays les plus gros exportateurs de biens créatifs au monde. L'industrie créative représente **7 % du PIB** mexicain et figure parmi les 5 secteurs les plus importants pour l'économie du pays, après les industries automobile, aérospatiale, agricole et alimentaire. Le Mexique produit plus de **100.000 heures de contenus télévisuels par an**, qui sont exportés vers plus de 100 pays différents et traduits en 30 langues². Comment expliquer l'amplitude de cette production et son succès dans le monde ?

Un accès direct au marché hispanique

Le Mexique est le pays de langue espagnole le plus important au monde et le plus grand producteur de contenus en espagnol. Il est ainsi un axe majeur de l'industrie audiovisuelle en espagnol et il bénéficie directement des atouts du marché hispanique : sa taille (les produits mexicains peuvent être visualisés par plus d'un milliard de personnes dans le monde) et sa croissance (le marché est en pleine expansion avec la vigueur des pays latino-américains).

Une grande variété d'entreprises

L'industrie créative mexicaine est composée d'environ 1500 entreprises, actives notamment dans la production de films (cinéma), de jeux vidéo, de séries télévisées, de programmes de flux, mais aussi dans la post-production, le doublage ou encore la distribution. A titre d'exemple, citons **Boomdogfilms** ou encore **Argos Comunicación**, une maison de production mexicaine indépendante pour la télévision et le cinéma. Elle a produit des films tels que *Backyard El Traspatio*, *Sexo, pudor y lágrimas* ou *Hidalgo, la historia jamás contada* ainsi que la série *Capadocia*. Argos Comunicación travaille pour des sociétés telles que Discovery Networks, HBO, TV Azteca, Telemundo, ESPN, Venevisión, Disney Channel, Cadena Tres, MTV Latinoamérica y Rede Globo.

Parmi ces sociétés, un certain nombre sont très actives à l'international et participent régulièrement au MIPCOM. A titre d'exemple, en 2012, elles étaient 33 à faire le voyage à Cannes. Parmi elles : ACALOA IMAGEN SA. DE CV, AF & ASSOCIATES THE DUBBING HOUSE SC, ANIMA ESTUDIOS, ARTIC, CAALIOPE, CHAMAN ANIMATION STUDIO, CINE VIDEO Y TV S.A DE C.V, EL MALL, EN PANTALLA PRODUCCIONES INTERNACIONALES S.A. DE C.V. FPU NEXUS, GREEN TV LA TELEVISION VIVA SA DE CV, GYROSCOPIK STUDIOS SA DE CV, KAXAN MEDIA GROUP, LEXEL ATTORNEYS, LIZARD FILMS, METACUBE, TV AZTECA, TV UNAM etc. La liste complète des participants est consultable ici : http://www.mipcom.com/RM/RM_MIPCOM/website-rewamp/2013/documents/mipcom-2012-participating-companies.pdf?v=635052600178532979

Les autorités locales sont sensibles au potentiel de cette industrie et quelques initiatives visent à le stimuler. Parmi ces dernières, on note par exemple la création de la **Creative Digital City** – en espagnol, *Ciudad Creativa Digital (CCD)* - à Guadalajara. Véritable hub pour les industries du secteur numérique, cette « Silicon Valley » mexicaine a pour objectif d'attirer les entreprises innovantes et de favoriser la création de contenus et de produits numériques. Les entreprises concernées sont actives dans les secteurs

²Chiffres fournis par ProMéxico dans cet article : <http://economia.terra.com.mx/finanzas/mexico-uno-de-los-mayores-exportadores-de-creatividad,1b87c431d1a78410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>

audiovisuel (télévision, cinéma, animation), marketing, transmedia ou encore des jeux vidéo. L'une des premières entreprises à s'être installée dans la cité est **Kaxan Media Group**³, l'un des participants au MIPCOM en 2012. Fondée en 2008, cette entreprise est spécialisée dans la production de jeux vidéo et de films d'animation. Elle a connu un premier succès avec la création du jeu *Taco Master*, qui lui a permis de remporter un *MTV 2012 Game Award*, dans la catégorie *Best mobile game*. S'installer au CCD a permis à cette entreprise de grandir (elle va passer de 100 à 200 employés⁴) et de coopérer avec d'autres sociétés. Avec ce projet, les autorités mexicaines ont l'ambition de positionner Guadalajara parmi San Francisco, Singapour, Toronto, Paris, Prague, Dublin et Wellington sur la liste des *Smart Cities*. Pour plus d'information sur cette initiative, voir la brochure ci-après : http://www.carloratti.it/689FCA0A-F536-40BB-B5B2-544E89FE6556/FinalDownload/DownloadId-90378BA6555EE52E4B073706FFD30F39/689FCA0A-F536-40BB-B5B2-544E89FE6556/FTP/CCD/files/CCD_brochure.pdf

Une production de contenus locaux

Si les chaînes mexicaines transmettent des programmes étrangers (surtout américains) adaptés ou non, les contenus nationaux restent les plus diffusés. Inutile de rappeler que le Mexique est une référence mondiale pour la production de telenovelas⁵. Et la fiction télévisuelle est une matière sur laquelle les Mexicains continuent d'innover. Lors d'un entretien mené par l'attaché économique et commercial de l'AWEX à Mexico avec Eric Reid, Directeur de production de fiction à Canal 3 et Canal 28 (Groupe Imagen), ce dernier a mis en évidence une tendance récente au Mexique : la transformation de feuilletons télévisés en séries avec une diminution drastique du nombre d'épisodes (de plus de 200 à moins de 50). Quelques exemples illustrant cette vague dans la production de fictions mexicaines : *Bienes raíces* (Biens mobiliers), *Estado de gracias* (sur la question de la légalisation de la drogue) ou *Cronica de castas* (mini-série de 7 chapitres sur le thème du racisme) et *El señor Avila* (séries qui se focalise sur diverses problématiques sociales).

Les programmes de flux ne sont pas en reste. Les producteurs mexicains développent des formats (*Little Giants*, *Los Gonzalez*, *Stand up for your country*) avec lesquels ils espèrent remporter un succès au niveau international.

³ Pour plus d'informations sur Kaxan Media Group, voir : <http://www.kaxanmediagroup.com/>

⁴ Source : <http://www.nearshoreamericas.com/guadalajara-mexico-digital-city-opens/>

⁵A ce sujet, voir notamment les propos de Mario San Roman, directeur de TV Azteca, ci-après : http://www.milenio.com/hey/television/Telenovelas_mexicanas_en_el_mundo-Mario_San_Roman-director_de_Tv_Azteca_0_373162689.html

[Programmes de flux]

Succès

Les programmes télévisés dotés d'un contenu social sont très appréciés au Mexique. Un certain nombre de telenovelas sont d'ailleurs construites autour de problématiques sociétales : ce fut par exemple le cas de *Mujer, casos de la vida real* (*Woman, Cases of Real Life*), qui a abordé les sujets tabous de la société mexicaine, comme le racisme, les violences domestiques, etc. Cette dimension sociale fait aussi le succès de programmes de flux, qu'il s'agisse de *talk shows* (*Laura in America* par exemple) ou d'émissions de télé-réalité. Diffusé sur la chaîne 22, le programme ***Opera prima*** est une télé-réalité-concours, dans le domaine de l'opéra. Particularité : l'émission se déroule dans un quartier dangereux au Nord du Mexique. L'objectif est de dénicher de jeunes talents mexicains, âgés de 18 à 35 ans, de former des groupes musicaux avec des délinquants et de sensibiliser de nouveaux publics à l'opéra (exemple : voir <http://www.youtube.com/watch?v=Tb6GpUdq8rc>). Cette émission a connu un franc succès, mais la programmation de la chaîne a été modifiée suite au changement de direction et cette émission n'a pas été reconduite.

Plusieurs *talent shows* sont très populaires au Mexique. C'est le cas de programmes importés et adaptés tels que ***La Voz***, ***La Academia*** ou encore de la production mexicaine ***Little Giants*** (Televisa), qui voit se produire des enfants de 4 à 12 ans dans différents domaines (chant, danse, cuisine etc.)

Flops

Les *talent shows* *Pequeños gigantes* et *El Factor X* n'ont pas très bien fonctionné, peut-être parce que d'autres programmes du même type (*La Voz*, *La Academia*, *Little Giants*) avaient déjà connu un franc succès.

Nouveautés

Stand up for your country (Televisa) est un talent show mexicain qui vise à transformer des célébrités du net en véritables stars. Des groupes composés de parents et de leurs enfants ont la possibilité de montrer leur talent à la télévision. Leur prestation est ensuite jugée par le public.

Los Gonzalez est un show humoristique, basé sur l'utilisation de caméras cachées. Fiction et réalité se mélangent : une famille fictive joue des tours à des victimes bien réelles. Ce format est fondé sur le mélange de deux grands succès mexicains : des blagues de caméras cachées et des sitcoms telles *Una familia de diez*, *La Familia P.Luche* ou encore *XHBRbZ*.

Ces deux productions mexicaines (Televisa) seront présentées lors du MIPCOM 2014.

Zoom sur la télé-réalité

Des années 80' à aujourd'hui

Le premier programme de télé-réalité diffusé au Mexique s'intitulait ***Ciudadano Infraganti*** (*Citoyen en flagrant délit*). Il était émis dans les années 1980 par la chaîne publique IMEVISION. Oscar Cadena interviewait les citoyens mexicains sur leur comportement civique ou social. Les questions abordées par l'émission concernaient le trafic, les problèmes des voiries, les mauvais traitements exercés par les autorités, les plaintes des voisins, les spectacles sportifs, les concerts ou encore les témoignages de tragédies nationales comme l'explosion de San Juan Ixhuatepec de 1984 ou le tremblement de terre de 1985. A l'époque, rien n'était censuré. Le haut contenu social de ce programme anticipait les émissions

d'opinion et de débat des années 1990 (*Y usted qué opina, te ke, Diálogos en confianza*) et les *talks shows* (*Cristina, Laura de América, María Laria, El Show de Cevcec*).

Le concept de *reality show* n'était pas connu au Mexique avant que Televisa demande les services d'Endemol (Pays-Bas) et achète la concession de *Big Brother* en 2002. La première diffusion remporta un franc succès et fut suivie de *Big Brother VIP*, plus populaire encore. Quelques mois plus tard, TV Azteca lança *La Academia*, l'un des *reality shows* les plus regardés et qui, par rapport à *Big Brother* par exemple, avec une responsabilité sociale plus grande que.

Aujourd'hui, la télé-réalité compose 35 % des 20 programmes les plus regardés au Mexique. Elle n'est devancée que par les feuilletons, qui représentent 40 % de ces programmes.

Emissions actuelles

Les sujets traités par les programmes de télé-réalité varient énormément et touchent à tous les sujets sociaux et créatifs : isolement, survie, académie artistique, célibat, recherche d'emploi, entraînement militaire ou sportif, changement de vie, santé, programmes artistiques, show rustiques, *reality road*, cuisine, coaching etc. Quelques exemples :

Genre/Sujet abordé	Titre du programme	Commentaire
Survie	<i>El Conquistador del Fin del Mundo</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/El_conquistador_del_fin_d_el_mundo
	<i>Conquistadores del Fin del Mundo</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/Conquistadores_del_fin_de_l_mundo
	<i>Mundos opuestos</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/Mundos_opuestos_(reality_show)
Isolement	<i>Confianza ciega/ Temptation Island</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/Confianza_ciega_(reality_show)
	<i>El Bar Provoca</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/El_bar_provoca
Académies artistiques	<i>Operacion Triunfo</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/Operaci%C3%B3n_triunfo_(M%C3%A9xico)
Talent shows	<i>La Voz</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/The_Voice_(concurso)
	<i>Popstars</i>	
	<i>Opera Prima en Movimiento</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%93pera_Prima_en_Movimiento
	<i>La Academia</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/La_Academia

	<i>Codigo Fama</i>	Il s'agit du premier reality show pour enfants au Mexique. http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_F.A.M.A
	<i>Cantando por un sueño</i>	Production indépendante http://es.wikipedia.org/wiki/Cantando_por_un_sue%C3%B1o
	<i>Los 5 Magníficos</i>	http://expectaculos.info/2007/04/12/los-5-magnificos-nuevo-reality-de-televisa/
	<i>Bailando con las estrellas</i>	http://especiales.televisa.com/bailando-por-un-sueno/
	<i>El Show de los sueños</i>	http://es.wikipedia.org/wiki/El_show_de_los_sue%C3%B1os_(M%C3%A9xico)
Programmes matrimoniaux	<i>En Busca De la pareja ideal I, II</i>	Un homme ou une femme célibataire, souvent riche ou célèbre, doit choisir l'âme sœur parmi un groupe de prétendants.
	<i>La Pecera del Amor</i>	
Beauté	<i>México's Next Top Model</i>	L'objectif de décrocher un contrat professionnel de top modèle.
	<i>Nadia es perfecto</i> <i>La bella y el nerd</i>	Il s'agit de démontrer que les participants sont à la fois beaux et intelligents.
Santé	<i>¿Cuánto quieres perder?</i>	http://www2.esmas.com/cuanto-quieres-perder/
Recherche d'emploi	<i>El Aprendiz</i> <i>Oído cocina</i>	
Célébrités au quotidien	<i>The Osbournes</i> <i>The Ashlee Simpson Show</i> <i>Keeping up with the Kardashians</i> <i>Mis Super Dulces 16</i>	
Reality road	<i>The Amazing Race</i>	
Mode	<i>Reinas de la reventa</i> <i>Extreme Makeover</i> <i>Mi marido, mi estilista</i>	

[Informations pratiques]

Evénements

Pantalla de cristal

Mexico, du 2 au 15 septembre 2014

Il s'agit de l'un des plus anciens festivals de films organisé au Mexique. Aujourd'hui, outre les films, il récompense les documentaires, les court-métrages, les vidéoclips, les annonces TV, les vidéos d'entreprises et les journaux télévisés.

Site : <http://www.ciudadpantalla.com/festival/>

MIPCancun

Cancun, du 19 au 21 novembre 2014

Les organisateurs du MIPTV et MIPCOM lancent un nouveau rendez-vous centré sur le marché latino-américain. Il réunira acheteurs de programmes et producteurs/diffuseurs de contenus.

Site : <http://www.mipcom.com/mip-cancun/>

Experts & personnes de référence

- Alvaro Cueva, journaliste et critique : <https://www.facebook.com/alvaro.cueva>
- Javier Diaz Dueñas, producteur de programmes de variété : <https://es-la.facebook.com/pages/Javier-D%C3%ADaz-Due%C3%B1as/586579024690512>
- Epigmenio Ibarra, co-fondateur de l'entreprise Argos Comunicacion : <https://es-la.facebook.com/pages/Epigmenio-Carlos-Ibarra-Almada/390961390967439>
- Jose Antonio Fernandez, Revue Telemundo, <http://www.grupoloc.com/gpoloc/adgpoloc/congresos/imgs/Curriculum%20JAF%202012.pdf>
- Gustavo Losa, producteur indépendant, *Los Heroes del Norte*, <https://www.linkedin.com/pub/gustavo-loza/22/bab/367>
- Eric Reid, Directeur de production de la fiction à Canal 3 et Canal 28 (Groupe Imagen)
- Alejandro Rincon, directeur, Boomdog, <http://boomdogfilms.com/index.php/contacto>
- Florence Toussaint, journaliste, revue Proceso, <http://www.proceso.com.mx/?author=33>

Sites & blogs spécialisés

- <http://www.proceso.com.mx/?author=33> : Revista Proceso, articles de Florence Toussaint
- <http://www.ciudadpantalla.com/digital/revista138.php> : Revista Telemundo, revue spécialisée pour professionnels du cinéma et de la télévision ;
- www.canal100.com.mx : site reprenant la liste des maisons de production et des chaînes mexicaines ;
- <http://www.milenio.com/cultura/> : Page « culture » du journal El Milenio ;
- http://www.alvarocueva.com/alvaro_cueva2011/ : Blog du journaliste Alvaro Cuava ;
- <http://www.newslinereport.com/tv/> ;
- <http://thedailytelevision.com/>.



Oxana Rogozina

Agence wallonne à l'Exportation et aux Investissements étrangers (AWEX)

E-mail: o.rogozina@awex.be | Tél.: 02/421.85.40

Sophie Libioul

Agence de Stimulation Technologique (AST)

E-mail: sli@stimtech.be | Tél.: 04/220.16.08

