

# La production télévisuelle indépendante de flux aux Pays-Bas

Rapport de veille | avril 2014

AWEx La Haye | Délégation Wallonie-Bruxelles à la Haye

## Introduction

La représentation économique et commerciale de la Région wallonne à La Haye (AWEx) et la Délégation Wallonie-Bruxelles à La Haye ont travaillé en étroite collaboration pour la constitution de ce rapport de veille, concernant la production télévisuelle indépendante de flux aux Pays-Bas. Ce document est constitué de différents chapitres, reprenant notamment une description du paysage audiovisuel aux Pays-Bas, les aides destinées à la production audiovisuelle locale et un aperçu des tendances du secteur en matière de formats télévisuels.

Selon une étude récente, les Néerlandais écoutent et regardent pendant 7 heures et 20 minutes par jour des médias de type différent<sup>1,2</sup>. Les médias visuels occupent une place importante avec un visionnage de 3 heures par jour. Malgré l'apparition des ordinateurs, smartphones et tablettes tactiles, 93% des sondés consomment les médias visuels par l'intermédiaire d'un téléviseur.

Bien que les Pays-Bas soient un petit marché, un nombre important d'acteurs est actif dans le marché des productions télévisuelles. Différentes entreprises, telles que Talpa Producties, Endemol et Eyeworks ont réussi l'exportation de leurs formats dans le monde entier, avec des succès retentissants, tels que « Big Brother » ou « The Voice ». Plusieurs observateurs considèrent les Pays-Bas comme le troisième marché exportateur des formats télévisuels, après les Etats-Unis et le Royaume-Uni.

Ce succès s'explique par plusieurs facteurs. Les Pays-Bas sont considérés comme un marché télévisuel ouvert, créatif, tolérant et non conservateur. Les audiences néerlandaises sont ouvertes aux nouveaux formats télévisuels, ce qui en fait un « marché-test » idéal. De plus, la structure particulière de la télévision publique aux Pays-Bas, très diversifiée dans son offre et de par les sources de cette offre, est à l'origine de la variété des formats télévisuels. La structure de la télévision publique repose en effet sur une multitude d'organisations, les émetteurs (*omroepen*), qui trouvent leur origine dans la structuration en réseaux (*verzuiling*), adoptée par la société néerlandaise dans le courant du 20<sup>ième</sup> siècle. Ces organisations sont toutes à la recherche de programmes correspondant à leur identité spécifique, ce qui crée plus de diversité que dans les pays où la télévision publique est dominée, voire monopolisée par une seule organisation (ex. RTBF, VRT, BBC, etc.).

---

<sup>1</sup> <http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3627905/2014/04/03/We-besteden-de-helft-van-onze-dag-aan-media-Zoveel.dhtml>

<sup>2</sup> [http://www.mediatijd.nl/images/pdf/MediaTijd\\_Brochure\\_WEB.pdf](http://www.mediatijd.nl/images/pdf/MediaTijd_Brochure_WEB.pdf)

# 1. Description du paysage audiovisuel

## 1.1 La télévision traditionnelle

Le secteur de la télévision traditionnelle peut être, comme dans de nombreux pays voisins, divisé entre les chaînes publiques et privées.

### 1.1.1 Les chaînes publiques

Comme indiqué plus haut, la télévision publique aux Pays-Bas est particulièrement variée : l'organisation du système de radiodiffusion public repose sur les piliers de la société néerlandaise de la seconde moitié du 20<sup>ème</sup> siècle. L'organisation en piliers est comparable à celle que l'on retrouve en Belgique. Elle repose sur le clivage philosophico-religieux dans lequel les catholiques, les protestants, les socialistes et les libéraux disposaient de leurs propres structures au sein de la société. C'est ainsi que l'on retrouve des associations, des journaux, des écoles, des hôpitaux ou encore des chaînes de télévisions au sein de chaque pilier et courant philosophico-religieux. Les Pays-Bas comptent aujourd'hui 21 émetteurs (*omroepen*) réunis au sein de l'entreprise publique chargée du service public de la radio et de la télévision "Nederlandse Publiek Omroep" (NPO). Celle-ci joue le rôle d'une plate-forme de coordination entre les différentes sociétés et a pour mission de :

- 1) Veiller à la coordination générale : répartition des temps d'antenne et des budgets.
- 2) Assurer un soutien et une assistance dans le sous-titrage des programmes ainsi que dans les ventes/achats de programmes.
- 3) Investir dans la recherche et l'innovation en réalisant des études neutres et indépendantes.

Le NPO se charge de déterminer le temps d'antenne de chacune des sociétés de radiodiffusion sur les trois chaînes de télévision publiques (Nederland 1, Nederland 2, Nederland 3). Ces sociétés de radiodiffusion disposent d'une indépendance totale quant au contenu de leurs programmes. L'objectif de ce système est de permettre à chacune des composantes de la société néerlandaise de se faire entendre par l'intermédiaire de sa propre société de radiodiffusion. Le nombre d'heures de diffusion qui leur est alloué est déterminé par leur nombre de membres ainsi que par le nombre de nouveaux membres qu'elles recrutent chaque année. Les sociétés de radiodiffusion sont financées par la publicité, la fiscalité ainsi que par les cotisations des membres.

Ces sociétés de radiodiffusion, qui sont aujourd'hui au nombre de 21, passeront bientôt à 8 en raison de fusions et d'économies budgétaires. Les fusions vont être opérationnelles à partir de 2015 ou 2016.

Emetteur	Statut	Mission	Public cible
NOS	Core BC	Informations et sports	<i>sans objet</i>
NTR	Core BC	Culture et éducation	<i>sans objet</i>
Avro - Tros	Level A	<i>sans objet</i>	Général / Libéral
BNN - Vara	Level A	<i>sans objet</i>	Progressiste / Jeunes
KRO - NCRV	Level A	<i>sans objet</i>	Chrétiens (catholiques)
EO	Level B	<i>sans objet</i>	Chrétiens (protestants)
Max	Level B	<i>sans objet</i>	Seniors
VPRO	Level B	<i>sans objet</i>	Progressiste
Ster	Autre	Publicité	<i>sans objet</i>

### 1.1.2 Le réseau commercial

La télévision commerciale est dominée par 2 groupes aux Pays-Bas: RTL et Sanoma qui exploitent toutes les plus grandes chaînes commerciales (*RTL4, RTL5, RTL7 et RTL8* pour RTL et *Net5, SBS6 et Veronica* pour Sanoma). Les émetteurs publics, RTL et Sanoma concentrent la grande majorité des audiences. Le reste des audiences est absorbé par de petits émetteurs et par des émetteurs régionaux et internationaux.

### 1.1.3 Les chaînes et les audiences

Le tableau suivant reprend les parts de marché de l'ensemble des chaînes par catégorie et société.

Société	Chaîne	Parts de marché (en pourcentage)				
		2009	2010	2011	2012	2013
Public Broadcasters		33.9	34.8	32.0	34.6	31.9
	Nederland 1	20.0	21.5	19.1	21.4	18.9
	Nederland 2	6.7	6.8	6.5	6.8	6.4
	Nederland 3	7.2	6.5	6.4	6.4	6.6
RTL Nederland		24.2	24.7	26.2	24.4	24.6
	RTL4	13.6	14.4	15.5	14.8	14.9
	RTL5	4.4	4.0	4.1	3.2	3.2
	RTL7	4.5	4.6	4.8	4.7	4.7
	RTL8	1.7	1.7	1.8	1.7	1.8
Sanoma		-	-	15.9	14.0	14.0
	Net5	4.3	3.5	3.3	3.2	3.6
	SBS6	10.9	10.0	9.1	7.8	7.3
	Veronica	3.2	3.1	3.4	3.0	3.1
Viacom		4.6	4.1	4.2	4.4	4.4
	Comedy Central	-	1.0	1.2	1.4	1.7
	Nickelodeon	2.1	1.8	1.8	1.8	1.6
	MTV	0.8	0.8	0.7	0.7	0.9
	Comedy Central Family	-	-	-	-	0.3
	TeenNick	-	-	0.2	0.3	0.2
	Kindernet	-	-	0.2	0.2	0.1
	TMF	0.7	0.5	0.1	-	-
Discovery Communications Benelux		2.9	2.5	2.3	2.5	4.4
	TLC	-	-	0.2	0.5	1.5
	Discovery Channel	1.8	1.5	1.5	1.6	1.9
	Investigation Discovery	-	-	-	-	0.6
	Animal Planet	1.1	1.0	0.6	0.4	0.4
The Walt Disney Company		1.7	2.1	1.8	1.9	1.6
	Jetix / Disney XD	1.6	1.6	1.4	1.3	1.0
	Disney Channel	0.1	0.5	0.4	0.6	0.6
News Corporation		0.8	1.1	1.2	1.4	2.8
	National Geographic Channel	0.8	1.1	1.2	1.1	1.1
	Fox	-	-	-	-	0.8
	Fox Sports Eredivisie	-	-	-	-	0.6
	24 Kitchen	-	-	-	0.3	0.3
Eurosport TV	Eurosport	0.8	0.8	.09	0.9	0.7
Regional TV	Regional Channels (combined)	2.0	1.8	1.8	1.8	1.8
Total parts de marché émetteurs publics		35.7	36.5	33.7	36.3	33.6
Total parts de marché émetteurs commerciaux		53.5	51.9	52.5	49.6	51.6

Sources : Mediamonitor (<http://www.mediamonitor.nl/>), Stichting Kijkonderzoek (<https://kijkonderzoek.nl/>).

## 1.2 La télévision interactive et numérique

Selon une étude du *Stichting Kijkonderzoek*<sup>3</sup>, le pourcentage de réception numérique aux Pays-Bas atteignait les 82% en 2013 (en augmentation de 76% par rapport à 2012). Cette augmentation, combinée à la pénétration élevée de l'internet à haut débit (89% des ménages en sont équipés) et à la croissance des smart TV connectées à l'internet (actuellement 17%), a considérablement favorisé la popularité de la télévision interactive. De plus, le marché des appareils mobiles se porte bien et contribue à accroître les services de la télévision interactive: smartphones (53% de la population en possède un) et les tablettes (40%).

Une étude réalisée par Medialab<sup>4</sup> sur la télévision interactive, décrit un paysage diversifié. Les émetteurs publics ont rapidement compris l'opportunité que représente la télévision connectée à internet en lançant dès 2003 le site *uitzendinggemist.nl* peu après l'arrivée de l'internet à haut débit. Le site, qui offre une médiathèque de toutes les émissions des chaînes publiques, a été remanié en 2012 afin de s'adapter aux dernières avancées technologiques. Des applications pour smartphones et tablettes y ont également été créées. De plus, une chaîne internet a été lancée en partenariat avec Youtube. *Uitzending Gemist* est sous la direction du NPO et se concentre principalement sur l'hébergement des productions des émetteurs publics (les programmes achetés ne jouent pas un grand rôle).

Les groupes commerciaux ont, quant à eux, adopté différentes approches. RTL Nederland a adopté une stratégie ressemblant à celle des émetteurs publics par la création de *RTL XL* qui permet de consulter les productions de RTL en ligne et d'accéder à d'autres services. Comme les émetteurs publics, *RTL XL* s'est aventuré dans le monde des réseaux sociaux et a créé des applications pour smartphones.

Si NPO et RTL ont été des pionniers, Sanoma peut être décrit comme un explorateur plus prudent. Au départ, la société a en effet choisi la prudence en s'associant avec des câblo-opérateurs pour que ceux-ci diffusent les programmes de Sanoma dans leurs offres interactives. Le portail numérique pour regarder les diverses productions de Sanoma en ligne, *KIJK*, a été développé récemment.

Alors que la télévision reste l'appareil électronique préféré pour regarder des émissions de télévision, 42% des néerlandais ont déjà utilisé et /ou utilisent un autre appareil électronique pour regarder la télévision selon une étude du *Stichting Kijkonderzoek*<sup>5</sup>. Différents appareils rencontrent un franc succès : 23% des sondés utilisent occasionnellement leur PC portable pour regarder la TV, contre 17% qui utilisent leur tablette, 15% leur PC de bureau, 9% leur smartphone et 3% tout autre appareil incluant les lecteurs de musique et les consoles de jeux vidéos.

Regarder la télévision sur un appareil autre que la télévision est souvent réservé au visionnage de programmes ayant déjà été diffusés mais que l'on a manqués (podcast 66%). Seulement 19% des spectateurs utilisent un autre appareil pour regarder un programme qui est diffusé au même moment à la télévision, tandis que 13% utilisent leurs appareils pour visionner des programmes qui ont été diffusés uniquement sur internet et pas à la télévision.

---

<sup>3</sup> [http://kijkonderzoek.nl/images/TV\\_in\\_Nederland/SKOTV\\_IN\\_NEDERLAND\\_2013.pdf](http://kijkonderzoek.nl/images/TV_in_Nederland/SKOTV_IN_NEDERLAND_2013.pdf)

<sup>4</sup> [http://medialab.hva.nl/wp-content/uploads/2012/06/2.Onderzoeksdocument\\_NOSop3.pdf](http://medialab.hva.nl/wp-content/uploads/2012/06/2.Onderzoeksdocument_NOSop3.pdf)

<sup>5</sup> [http://kijkonderzoek.nl/images/TV\\_in\\_Nederland/SKOTV\\_IN\\_NEDERLAND\\_2013.pdf](http://kijkonderzoek.nl/images/TV_in_Nederland/SKOTV_IN_NEDERLAND_2013.pdf)

### 1.3 Services à la demande

La large disponibilité de l'internet à haut débit (y compris sa variante mobile: la 4G) a, sans surprise, contribué à l'arrivée des services à la demande. PriceWaterhouseCoopers concluait dans un rapport extensif<sup>6</sup> que les recettes des services à la demande représentaient 97 millions d'euros en 2013 et 206 millions en 2017, soit une augmentation annuelle moyenne de 22%. Le marché des services à la demande s'élève actuellement à 2 millions de personnes, un chiffre qui devrait augmenter sans aucun doute. Les émetteurs nationaux ont vu l'arrivée sur le marché des géants américains HBO et Netflix comme l'occasion de s'implanter sur le marché de la télévision à la demande: NPO a développé un business modèle reposant sur son label *Uitzending Gemist* et RTL a lancé *Videoland* (une chaîne traditionnelle de magasins de location de vidéos intégrant une extension digitale). Une étude américaine<sup>7</sup> a montré que les services de vidéos à la demande n'empiètent pas sur la télévision traditionnelle, néanmoins il est trop tôt pour tirer la même conclusion pour le marché néerlandais.

### 1.4 Programmation

La loi de 2008 sur les médias (*Mediawet*) contient quelques règles et les quotas en ce qui concerne la programmation, dont la majorité n'existe qu'en vertu de la législation et des orientations prises par l'UE. La loi définit les 3 quotas suivants :

- Au moins 50% de la programmation doit être composée de productions européennes.
- Au moins 10% (pour les réseaux commerciaux) ou 25% (les broadcasters publics) de l'ensemble de la programmation doit contenir des productions de producteurs indépendants européens qui doivent avoir été réalisées au cours des 5 dernières années.
- Au moins 40% de l'ensemble de la programmation doit être composée de productions originales en langue néerlandaise ou en frison.

Les quotas ci-dessus ne s'appliquent pas aux bulletins d'information, aux programmes sportifs, aux jeux télévisés, aux publicités, aux chaînes promotionnelles et aux émissions textuelles.

Voici le top 10 des programmes les plus regardés en 2013 selon *Stichting Kijkonderzoek* :

#	Date	Programme	Nombre de spectateurs *1,000	Parts de marché
1	18-05-2013	Eurovision Song Contest - Final	4,890	63.2%
2	30-04-2013	Inauguration King Willem-Alexander	4,871	89.1%
3	14-05-2013	Eurovision Song Contest - Semi-final	3,769	49.5%
4	15-12-2013	Boer zoekt Vrouw Internationaal	3,538	42.6%
5	30-04-2013	NOS Journaal (12H00)	3,537	82.9%
6	01-12-2013	Studio Sport - Eredivisie	3,429	51.9%
7	17-04-2013	Willem-Alexander en Maxima - Koningspaar	3,351	41.6%
8	13-03-2013	NOS Journaal (20H00)	3,297	43.8%
9	08-11-2013	Voice of Holland - The Battle	3,108	39.7%
10	04-05-2013	National Remembrance Day	3,069	42.2%

<sup>6</sup> <http://www.pwc.nl/nl/entertainment-media-outlook/2013/index.jhtml>

<sup>7</sup> <http://pr.tivo.com/press-releases/tivo-research-and-analytics-netflix-not-cannibali-1037757>

La liste ci-dessus représente une bonne indication des grands évènements qui ont été diffusés en 2013. D'autre part, la liste ci-dessous des programmes les plus regardés dans la catégorie *émissions regardées en différé* offre une meilleure perspective sur les programmes les plus populaires et contient plus de productions locales :

#	Date	Programme	Chaîne	Nombre de spectateurs *1,000	Parts de marché
1	17-01-2013	Wie is de Mol	Ned 1	669	25.9%
2	05-04-2013	Flikken Maastricht	Ned 1	550	25.7%
3	23-02-2013	Najib Amhali - Alles Komt Goed	RTL4	463	17.5%
4	30-08-2013	Voice of Holland - The Blind Auditions	RTL4	452	17.7%
5	24-12-2013	All You Need is Love - Christmas Special	RTL4	430	14.3%
6	10-10-2013	Geer & Goor - Effe Geen Cent te Makken	RTL4	415	19.4%
7	15-11-2013	Voice of Holland - Live	RTL4	380	13.1%
8	10-02-2013	Divorce	RTL4	372	18.4%
9	02-11-2013	De Kwis	Ned 1	368	22.9%
10	18-10-2013	Voice of Holland - The Battle	RTL4	368	13.4%

*Wie is de Mol* et *Flikken Maastricht* (productions Avro - Tros) reposent sur les formats des sociétés de productions belges Woestijnvis et VRT. Les autres programmes sont basés sur des formats néerlandais: *All You Need is Love* est une production d'Endemol, alors que *Divorce*, *Geer & Goor - Effe Geen Cent te Makken* and *Voice of Holland* sont produites par Talpa. *De Kwis* est une spin-off de *PAU/L* et *Langs de Leeuw*, qui ont été produites par EVA medias, une filiale de MediaLane.

## 1.5 Organisations

Les producteurs de programmes télévisés se sont regroupés au sein de plusieurs organisations professionnelles qui remplissent plusieurs objectifs: défense des intérêts des membres auprès du gouvernement, organisation de conférences et publications de magazines. L'organisation principale est « l'Association professionnelle néerlandaise pour le cinéma et les producteurs de télévision » (*Nederlandse Beroepsvereniging van Film- en Televisiemakers*), ou NBF<sup>8</sup>, qui organise toute une série d'activités pour ses membres. Les producteurs non-affiliés et les indépendants peuvent rejoindre « l'Association des producteurs de télévision indépendants » (*Vereniging van Onafhankelijke Televisie Producenten*) ou OTP<sup>9</sup>. Les producteurs qui sont spécialisés dans les documentaires ont une troisième option en rejoignant les « Producteurs de documentaires des Pays-Bas » ou DPN<sup>10</sup>.

### 1.5.1 Groupes de production de programmes télévisés

Le plus grand groupe de production de programmes télévisés est Endemol Nederland qui a été créé en 1994 par la fusion des sociétés de Joop van den Ende and John de MoL. Aujourd'hui, Endemol Nederland est une composante de Endemol Nederland Mediagroep qui est constitué par de nombreuses sociétés de productions néerlandaises et de coopérations :

<sup>8</sup> <http://www.nbf.nl/>

<sup>9</sup> <http://www.otpnederland.nl/Home>

<sup>10</sup> <http://www.documentaireproducenten.nl/>

1. SNP Media – anciennement sous le nom Rene Stokvis Productions. Les succès les plus connus sont : *Ingang Oost, Te Land, Ter Zee en In De Lucht, That's the question, Grenzeloos Verliefd* and *Onverwacht Bezoek*.
2. TVBV – Dont le propriétaire est le présentateur Jeroen Pauw (Pauw & Witteman) se focalise sur l'actualité : *5 Jaar Later, Storm op Komst, Goedemorgen Nederland* and *Varen & Zo*.
3. S&V Fiction – est le fruit de la coopération entre le producteur de films Paul Voorthuysen and SNP Media corporate. Ses créations les plus connues sont: *Beatrix - Oranje onder vuur, Bernhard - Schavuit van Oranje, Juliana* and *Sorry Minister*.
4. Human Factor – est détenue en partie par Endemol. Human Factor est spécialisée dans l'info-divertissement, les loisirs et produit des émissions comme *Koefnoen* et d'autres spectacles d'humoristes.
5. Kemna & Zonen - Endemol et Keman & Zonen ont signé un accord de coopération. Et ils ont produit *Alles is Liefde* et *Alle Tijd*.

A côté d'Endemol, la deuxième société de production importante est Talpa de John de Mol. La société est un actionnaire important de la branche néerlandaise de Sanoma, qui exploite 3 réseaux de télévisions commerciales (Net5, SBS6, Veronica) et possède des filiales à l'étranger: Etats-Unis, Royaume-Uni, Italie et dans les pays scandinaves. Les émissions les plus importantes qui ont été exportées sont : *The Voice, I Love My Country* and *Dating in the Dark*.

Eyeworks, fondé en 2001, est la 3ème société de production avec des racines néerlandaises. La société a produit des émissions comme *Celebrity Splash, Family Secret* and *Who Wants to Marry My Mom*. Aux Pays-Bas, la société est particulièrement connue pour ses films à gros budget *Nova Zembla, Het Diner* and *Daglicht*.

Endemol, Talpa et Eyeworks sont les principales sociétés de production qui se partagent la majorité du marché (à l'intérieur du pays comme à l'exportation). A la suite de ces 3 leaders, on retrouve, à bonne distance, la société Skyhigh TV qui produit des programmes pour les émetteurs publics et pour les réseaux commerciaux. Ils sont connus pour avoir réalisé plusieurs productions telles que : *De Allerslechtste Chauffeur van Nederland, Het Familiediner* et *Uit de Kast* pour les émetteurs publics et *Project P: Stop het Pesten* et *Gezocht: Politie* pour des chaînes commerciales.

Toutes les autres sociétés de production sont considérablement plus petites. Elles contribuent néanmoins au paysage de la télévision néerlandaise et aux exportations. Le tableau ci-dessous compile la plupart des sociétés de production de télévision dans le pays. Néanmoins celui-ci n'est pas exhaustif car il ne reprend pas les projets de coopération, les producteurs indépendants ainsi que d'autres acteurs.

Société	Site web	Société	Site web
625 Producties	<a href="http://www.snpmedia.nl">www.snpmedia.nl</a>	Men At Work	<a href="http://www.menatwork.tv">www.menatwork.tv</a>
De Beeld Brigade	<a href="http://www.debeeldbrigade.nl">www.debeeldbrigade.nl</a>	MasMedia	<a href="http://www.masmedia.tv">www.masmedia.tv</a>
Bing	<a href="http://www.bingfilm.tv">www.bingfilm.tv</a>	The Media Brothers	<a href="http://www.themediabrothers.nl">www.themediabrothers.nl</a>
BlazHoffski	<a href="http://www.blazhoffski.nl">www.blazhoffski.nl</a>	Niehe Media	<a href="http://www.niehemedia.nl">www.niehemedia.nl</a>
Blue Circle	<a href="http://www.bluecircle.tv">www.bluecircle.tv</a>	Noordkaap	<a href="http://www.noordkaap.nl">www.noordkaap.nl</a>
CCCP	<a href="http://www.cccp.nl">www.cccp.nl</a>	Pilot Studio	<a href="http://www.pilotstudio.nl">www.pilotstudio.nl</a>
Corrino Media Group	<a href="http://www.corrino.com">www.corrino.com</a>	Point of View	<a href="http://www.pointofviewavp.nl">www.pointofviewavp.nl</a>
CTM	<a href="http://www.ctm.eu.com">www.ctm.eu.com</a>	PMG	<a href="http://www.pmgvtv.nl">www.pmgvtv.nl</a>
Daan Laroo TV Productions	<a href="http://www.laroo.nl">www.laroo.nl</a>	PvPictures	<a href="http://www.pvpictures.nl">www.pvpictures.nl</a>
De Haaien	<a href="http://www.dehaaien.com">www.dehaaien.com</a>	S&V Fiction	<a href="http://www.snpholding.nl">www.snpholding.nl</a>
Endemol	<a href="http://www.endemol.nl">www.endemol.nl</a>	Simpel Media	<a href="http://www.simpelmedia.tv">www.simpelmedia.tv</a>
Eye2Eye Media	<a href="http://www.eye2eyemedia.nl">www.eye2eyemedia.nl</a>	Skyhigh TV	<a href="http://www.skyhightv.nl">www.skyhightv.nl</a>
Eyeworks	<a href="http://www.eyeworks.tv">www.eyeworks.tv</a>	SNP Holding	<a href="http://www.snpmedia.nl">www.snpmedia.nl</a>
EVA	<a href="http://www.evamedia.nl">www.evamedia.nl</a>	Starsound Productions	<a href="http://www.starsoundproductions.com">www.starsoundproductions.com</a>
FCCE	<a href="http://www.fcce.nl">www.fcce.nl</a>	Stokvis & Stokvis	<a href="http://www.stokviscontent.nl">www.stokviscontent.nl</a>
Flare Media	<a href="http://www.flaremedia.nl">www.flaremedia.nl</a>	TéVé Holland	<a href="http://www.tvmediagroup.com">www.tvmediagroup.com</a>
Four One Media	<a href="http://www.fouronemedia.nl">www.fouronemedia.nl</a>	Talpa	<a href="http://www.talpa.tv">www.talpa.tv</a>
Haagse Bluf	<a href="http://www.snpmedia.nl">www.snpmedia.nl</a>	Tuvalu Media	<a href="http://www.tuvalu.nl">www.tuvalu.nl</a>
Human Factor	<a href="http://www.humanfactortv.nl">www.humanfactortv.nl</a>	Tvbv	<a href="http://www.snpholding.nl">www.snpholding.nl</a>
Icare Producties	<a href="http://www.icareproducties.nl">www.icareproducties.nl</a>	Visible TV	<a href="http://www.visibletv.com">www.visibletv.com</a>
ID TV	<a href="http://www.idtv.nl">www.idtv.nl</a>	Vorst Media	<a href="http://www.vorstmedia.tv">www.vorstmedia.tv</a>
J2TV	<a href="http://www.j2tv.nl">www.j2tv.nl</a>	We Are TV	<a href="http://www.waretv.nl">www.waretv.nl</a>
Kanakna	<a href="http://www.kanakna.com">www.kanakna.com</a>	WWML Media Producties	<a href="http://www.wwlmedia.nl">www.wwlmedia.nl</a>
Leo de Haas TV produkties	<a href="http://www.leodehaastvprodukties.eu">www.leodehaastvprodukties.eu</a>	Zodiak Nederland	<a href="http://www.zodiaknederland.nl">www.zodiaknederland.nl</a>
LLux	<a href="http://www.llux.nl">www.llux.nl</a>		

## 2. Aides destinées à la production audiovisuelle locale

Le gouvernement national stimule la production de programmes télévisés par une politique de subventionnement qui couvre l'ensemble du processus créatif: de l'écriture, à la production, jusqu'au tournage. Les subsides sont généralement limités aux productions culturelles telles que les pièces de théâtre (au sens large) ou aux documentaires. Le gouvernement national offre également un soutien aux dramaturges qui produisent des pièces uniques ou des courts-métrages.

Pour obtenir des subventions, certaines conditions doivent être remplies :

1. Une société de radiodiffusion nationale ou régionale doit appuyer la demande.
2. Le projet ne doit pas avoir commencé.
3. L'initiateur du projet doit apporter une partie du financement.

La coordination des subventions est assurée par le Mediafonds<sup>11</sup>, l'organisation qui traite les demandes de financement gouvernemental. Il organise diverses activités qui visent au développement de talents et à la qualité des programmes (par exemple des évaluations, ateliers, débats, conférences et master-classes).

Les subsides sont toujours attribués à des programmes spécifiques dont l'origine est néerlandaise et qui doivent apporter une plus-value culturelle au paysage télévisuel néerlandais.

Dans son rapport annuel datant de 2013, le Mediafonds a alloué € 17.720.438 de subsides du gouvernement à toute une série de projets (incluant les programmes radios). L'organisation a reçu en 2013, 826 demandes de financement dont 613 de la part des émetteurs publics nationaux et 63 de la part des émetteurs régionaux.

En ce qui concerne les émetteurs publics nationaux, 93 demandes ont été acceptées alors que 218 ont été rejetées. Certaines demandes refusées ont pu être réintroduites en modifiant leurs plans de production ou leurs stratégies de financement.

Les émetteurs régionaux ont reçu des fonds de production pour 12 projets et des fonds de développement pour 4.

Les gouvernements provinciaux offrent également des subventions à la création culturelle y compris les programmes télévisés. En raison de la place particulière occupée par la langue frisonne, la province de la Frise dispose du programme le plus actif via le "Fries Mediafonds" qui offre près de 100.000 euros de financement chaque année. De plus, les provinces d'Overijssel et de Gelderland ont créé un fonds commun, Production Fund for the Eastern Netherlands, financé à hauteur de 425.000 euros pour la période 2013-2015. Enfin, le Kunstraad Groningen offre des financements plus modestes à destination de projets culturels.

Une exemption fiscale favorable à la production de films et de programmes télévisés, comme il en existe une en Belgique (Tax Shelter), n'existe pas aux Pays-Bas. La coalition gouvernementale actuellement au pouvoir a approuvé, à l'initiative de la Ministre de l'Education, de la Culture et des Sciences Jet Bussemaker, une proposition d'étude visant à instaurer un tel système. Le gouvernement a annoncé, en automne 2013, qu'un montant de 20 millions d'euros serait libéré pour le secteur de la production cinématographique.

---

<sup>11</sup> <http://www.mediafonds.nl/>

## 4. Tendances

### 4.1 Description des succès d'audience

Ci-dessous vous trouverez un aperçu des certains succès d'audience classés par type de format télévisuel.

Programme	(Producteur)	(Chaîne)
-----------	--------------	----------

#### Téléréalité

- **Big Brother** (Endemol) (Veronica)  
Un groupe d'une dizaine de personnes est enfermé dans une maison pendant cent jours. Les participants sont enregistrés 24h/24.  
Le format a connu un succès mondial avec des émissions dans 58 pays, dont la Belgique (VTM) et la France (*Loft Story* M6).
- **Bonje met de buren** (Talpa producties) (RTL4)  
Les animateurs du programme essaient de résoudre des disputes de voisinage.  
Le programme a été vendu en France sous le nom « *On ne choisit pas ses voisins* » (M6).
- **Echte meisjes in de jungle** (Eyeworks) (RTL5)  
Un groupe de dix filles parcourent la jungle de Suriname en accomplissant des épreuves.  
Celle qui gagne, remporte un prix de maximum 50.000 euros.  
Le programme a connu un succès au Danemark (TV3) et en Allemagne (ProSieben).
- **Obese** (Eyeworks U.S.) (RTL4)  
Le programme *Obese*, inventé par la filiale américaine du producteur Néerlandais Eyeworks, suit des personnes souffrant d'obésité lors de leur régime.  
Le programme a été vendu à une multitude de pays, tels que la France, le Royaume-Uni, la Russie et la Chine.

#### Télé-émotions

Les formats télévisuels néerlandais dans le domaine du « *emo-tv* » ou télé-émotions, ont connu un succès pendant les dernières années. Il s'agit d'un format télévisuel qui n'est pas basé sur des personnalités connues, mais plutôt sur des « personnes normales » dans des situations particulières. Quelques exemples :

- **Hello Goodbye** (BlazHoffski) (NCRV)  
Le présentateur s'installe à l'aéroport de Schiphol et parle aux personnes qui attendent un proche et récolte ainsi des histoires personnelles concernant l'amour, l'amitié et la famille.  
Le programme a été vendu en Belgique (VTM), Espagne, France, Australie et autres.

- **Spoorloos** (KRO) (KRO)  
Il s'agit d'un programme où des personnes partent à la recherche des membres de leurs familles (ex. parents biologiques des enfants d'adoption, etc.).  
Le programme a été vendu en Belgique (VT4), en Australie, aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Suède.
- **Memories** (KRO) (KRO)  
Ce programme, lié à Spoorloos, permet à des personnes de partir à la recherche de leurs anciens amours de jeunesse et de se retrouver.  
Le programme a été vendu en Allemagne (WDR/ARD).
- **Het Familiediner** (Skyhigh TV) (EO)  
Dans ce programme, un médiateur essaie de réunir les membres d'une famille qui s'est séparée suite à des disputes. Si les participants répondent favorablement à la médiation un dîner en famille est organisé.  
Ce programme a été vendu en Australie, aux États-Unis, en Espagne et en Grèce.
- **Uit de kast** (Skyhigh TV) (KRO)  
Le présentateur du programme suit un(e) jeune homosexuel(le) qui est sur le point d'effectuer son coming-out. Le jeune est souvent confronté à un entourage social particulier, compliquant son coming-out (milieu religieux, culture macho, etc.)  
Le programme a été vendu en Flandre (VTM). Le programme a été nommé pour un *Emmy Kids Award* en 2013.

### Concours de talents

- **Celebrity Splash ! / Sterren springen** (Eyeworks) (SBS6)  
Des personnalités BN (*Bekende Nederlander*) participent à une compétition de plongeon acrobatique.  
Le programme a été vendu aux États-Unis (ABC), au Royaume-Uni (iTV) et à la Flandre (VTM).
- **The Voice** (Talpa producties) (RTL4)  
Il s'agit d'un concours de talents pour des chanteurs. L'innovation de ce programme se trouve dans le fait que des chaises tournantes permettent une sélection « à l'aveugle ».  
Le programme a connu un succès mondial. Il a été vendu dans une petite cinquantaine de pays. Il existe également une version belge francophone *The Voice Belgique* (La Une).

### Jeux / Compétition

- **Ik hou van Holland** (Talpa producties) (RTL4)  
Deux équipes entrent en compétition afin de découvrir qui connaît le mieux les Pays-Bas et les Néerlandais.  
Le format a été vendu à une douzaine de pays, dont la Belgique (VTM), l'Allemagne (SAT.1) et même la Chine (Sichuan TV).

- **Deal or no Deal / Miljoenenjacht** (Endemol) (Divers)  
Le candidat devra essayer de maximaliser le prix de vente de sa valise, dont il ne connaît pas le contenu.  
Le programma a été vendu à une cinquantaine de pays, dont la Belgique (VTM / VijfTV) et la France (*A prendre ou à laisser* TF1).
- **De jongens tegen de meisjes** (Talpa producties) (RTL4)  
Une équipe de trois femmes entre en compétition contre une équipe de trois hommes, tous des *bekende Nederlanders* en participant à plusieurs jeux.  
Le programma a été vendu en Allemagne (RTL).
- **De Zingende Zaak** (NCRV) (NCRV)  
Deux présentateurs entrent dans une entreprise avec pour mission d'entrer en contact avec des employés et de répéter avec eux une chanson avec des pas de danse. Ensuite, les deux entreprises entrent en compétition pour la meilleure performance.  
Le programme a été vendu dans une vingtaine de pays, dont l'Australie, la Norvège, la Roumanie et l'Allemagne.
- **Één tegen honderd** (Endemol) (Divers)  
Une personne affronte un groupe de cent personnes, en répondant aux questions de culture générale à choix multiple, afin de remporter une somme d'argent.  
Le programme a été vendu en Belgique (VTM), en France, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Espagne.
- **Korenslag** (MasMedia) (EO)  
Seize chorales entrent en compétition pour décrocher le titre de meilleure chorale des Pays-Bas.  
Le programma a été vendu en Australie, en Espagne, en Estonie, en Turquie et en Italie.
- **The Phone** (Park Lane TV) (Divers)  
Il s'agit d'un jeu télévisé, basé sur le principe que deux candidates retrouvent chacune un téléphone mobile et doivent accomplir plusieurs épreuves pour gagner un montant maximal de 25.000 euros.  
Le programme a connu un succès limité aux Pays-Bas, mais il a été vendu à une cinquantaine d'autres pays. Le programma a remporté un Emmy Award en 2009.

### Autres

- **Toren C** (BlazHoffski) (VPRO)  
*Toren C* est une émission télévisée comique est absurde basée sur des personnes travaillant dans un bâtiment de bureaux.  
La série a été vendue en France, *Working Girls* (Canal+) et au Québec *Complexe G* (TVA).

## 4.2 Description des « flops »

- **De Gouden Kooi** (Talpa producties) (Divers)  
Un groupe de personnes sont enfermées dans une villa, le dernier candidat à rester aura droit à une somme d'argent. Les candidats sont éliminés par le harcèlement des autres candidats ou par le vote de l'audience.  
Conçu comme le successeur de *Big Brother*, le programme n'a cependant pas séduit une grande audience (des taux de pénétration de 5 à 10% seulement). Le programme a été vendu aux Etats-Unis et au Danemark, mais des émissions sous le même nom n'ont jamais été diffusées.
- **24 uur tussen leven en dood** (Eyeworks) (RTL)  
Le département des urgences d'un centre hospitalier à Amsterdam a été outillé de 35 caméras, qui enregistrent le traitement des patients. Le programme a immédiatement suscité une controverse pour des infractions à la vie privée. Une seule émission a été diffusée.

## 4.3 Articles de presse / Sources d'information

Volkskrant (23-05-2012) « Tv-formats uit Nederland doen het nu historisch goed. »

<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/2664/Nieuws/article/detail/3259932/2012/05/23/Tv-formats-uit-Nederland-doen-het-nu-historisch-goed.dhtml>

Cet article reprend plusieurs formats télévisuels, qui ont connu un succès international.

NRC « *Advies : maak van omroep productiehuis* ».

<http://www.nrc.nl/nieuws/2014/03/25/advies-maak-van-omroep-productiehuis/>

Le Conseil de la culture recommande une plus grande ouverture de la télévision publique aux productions extérieures.

ING « *In het nieuws : Nederlandse tv-formats veroveren de wereld* ».

[http://www.ing.nl/nieuws/nieuws\\_en\\_persberichten/2013/09/In\\_het\\_nieuws-nederlandse\\_tv-formats\\_veroveren\\_de\\_wereld.aspx?first\\_visit=true](http://www.ing.nl/nieuws/nieuws_en_persberichten/2013/09/In_het_nieuws-nederlandse_tv-formats_veroveren_de_wereld.aspx?first_visit=true)

VPRO Gids « *Holland formatland* ».

[http://www.absolutely.nl/news\\_archive/Holland\\_Format\\_Land.html](http://www.absolutely.nl/news_archive/Holland_Format_Land.html)

Article « *Idee TV* ». Reprenant une liste de formats néerlandais vendus à l'étranger.

[http://www.divorcehotel.nl/media/file/MTL1112\\_P056.pdf](http://www.divorcehotel.nl/media/file/MTL1112_P056.pdf)

Forum Eurocardsharing

<http://www.eurocardsharing.com/f216/nederlandse-tv-programmas-succes-in-buitenland-144284>

Liste de ventes récentes de formats néerlandais à l'étranger.

Mediacourant

<http://www.mediacourant.nl/>

Un site avec des news concernant les médias.

Zappen Blog

<http://zappen.blog.nl/hot-abroad>

Rubrique des histoires à succès des formats néerlandais à l'étranger.

TV Nieuws

<http://www.tvnieuws.tv/nieuw-op-tv/>

Les nouveautés à la télévision néerlandaise

#### 4.4 Nouveautés en « prime time »

- **Utopia** (Talpa producties) (SBS6)  
Un groupe de quinze personnes développe une microsociété dans un espace limité, suivi par des caméras<sup>12</sup>. Une fois par mois, une personne est remplacée par une autre, choisie par les téléspectateurs.  
Le format a déjà été vendu en Allemagne, aux Etats-Unis et en Turquie.
- **Project P : Stop het pesten** (Skyhigh TV) (RTL5)  
Un enfant, victime de harcèlement à l'école, est équipé d'une caméra cachée. Ensuite, les autres élèves et les professeurs sont confrontés aux situations de harcèlement subies par la victime.

#### 4.5 Utilisation des nouvelles technologies et de l'interactivité

Les formats télévisuels impliquent de plus en plus d'autres plateformes technologiques pour stimuler l'interactivité avec les spectateurs.

- **Sites web**  
Les sites web offrent souvent des informations supplémentaires par rapport aux émissions télévisées. Il s'agit entre autres des interviews avec des acteurs/participants et des extraits de vidéos supplémentaires ou en *preview*.

---

<sup>12</sup> <http://www.utopiatv.nl/>

- **Tablette tactile, smartphone**

Les tablettes tactiles, les smartphones et les laptops sont de plus en plus utilisés comme « deuxième écran » lors des émissions télévisées, permettant une plus grande interactivité avec les spectateurs. Les médias sociaux, tels que Twitter, créent une plateforme de discussion pour les spectateurs lors des émissions.

Certains programmes sont complétés par des applications mobiles. Le concours de talent *The Voice of Holland* est par exemple accompagné d'une application appelée *ThuisCoach*<sup>13</sup>. Cette application permet aux spectateurs de parier sur les candidats qui accéderont à la manche suivante du concours et de gagner des points.

- **Téléphone mobile**

Les téléphones mobiles traditionnels sont surtout mis à contribution pour des votes par SMS, par exemple lors de concours de talents.

Depuis 2013 les *Cross Media Awards* sont attribués à des personnalités et des entreprises actives dans le domaine de l'interactivité des médias aux Pays-Bas.<sup>14</sup>

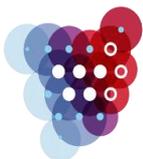
---

**Délégation Wallonie-Bruxelles**

*Ambassade de Belgique*

**Marc Clairbois**  
**Délégué**

Lange Voorhout 86  
NL - 2514 EJ Den Haag  
T: +31 (0)70 310 66 94  
delegation@walloniebruxelles.nl  
www.facebook.com/DWB.La.Haye



**Feel inspired**



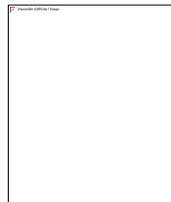
---

**Représentation économique et commerciale  
de la Région wallonne AWEx**

*Ambassade de Belgique*

**Rodrigo dos Santos**  
**Directeur**

Lange Voorhout 86  
NL - 2514 EJ Den Haag  
T: +31 (0)70 365 50 19  
denhaag@wallonie-nederland.nl



**Feel inspired**

---

<sup>13</sup> <http://www.thevoiceofholland.com/shows/thevoiceofholland/#!/home/thuiscoach>

<sup>14</sup> <http://crossmediaawards.nl/index.html>