Première Rencontre CNC/SACD, Cycle 2010/2011

Mardi 16 novembre 2010 de 14h30 à 17h

Ecrire pour la jeunesse à la télévision

Modérateur : Philippe Alessandri, producteur (Télé Images Production)

Intervenants : Marion Aguesse, conseillère artistique (Lagardère Active) ; David Alaux et Eric Tosti, auteurs du programme d'animation *Des Nouvelles de la jungle* (France Télévisions), Stéphane Clerget, pédopsychiatre et auteur du livre *Ils n'ont d'yeux que pour elle* (Fayard) ; Bertrand Cohen, co-créateur/auteur/producteur de la série *Foudre* (France Télévisions) ; Eugénie Dard co-auteur de la série *Foudre* (France Télévisions) ; Delphine Maury et Olivier Vinuesa co-auteurs des *Grandes Grandes vacances* (France Télévisions) ; Pierre Siracusa, chargé de programme jeunesse animation (France Télévisions)

Compte rendu : Valérie Ganne

Le producteur **Philippe Alessandri** (Télé Images Production) introduit la Rencontre en précisant que « l'écriture répond à des règles, et la télévision n'en manque pas. Chaque medium détermine une forme d'écriture, à destination d'un public particulier. Dans tous les pays du monde, il existe des chaînes et des programmes s'adressant spécifiquement aux enfants et adolescents. L'expertise française dans le domaine de la jeunesse est forte, en animation comme en fiction (qui revient timidement depuis quelques années). Dans un contexte devenu résolument, international, producteurs, scénaristes, réalisateurs et chaînes ont développé une expertise que nous souhaitons partager avec vous aujourd'hui. Nous avons donc réuni les points de vue des chaînes, avec Marion Aguesse et Pierre Siracusa, des auteurs avec Eric Tosti et David Alaux, Eugénie Dard et Bertrand Cohen, Delphine Maury et Olivier Vinuesa, et enfin de producteurs comme Bertrand Cohen, qui a une double casquette, ou moi. Mais tout d'abord, voici le point de vue de Stéphane Clerget, pédopsychiatre, sur la consommation télévisuelle des enfants et adolescents. »

<u>La pratique de la télévision des enfants et adolescents</u>

« La consommation de télévision ne cesse de croitre pour les enfants, annonce **Stéphane Clerget**. Elle est de deux heures dix par jour pour les 4/10 ans et deux heures et quart pour les adolescents de 11/14 ans, même si pour ces derniers la consommation décroit au bénéfice d'Internet. Il s'agit de

moyennes, car en pratique, les enfants regardent sans doute davantage la télévision, qui reste souvent allumée toute la journée dans les foyers.

En 2008, un journal télévisé fait partie des dix émissions qui ont étéles plus regardés par les 4/10 ans. C'est intéressant, car cela illustre le fait que les enfants regardent des programmes qui ne leur sont pas forcément destinés. Les journaux télévisés représentent en moyenne 10% de leur temps de consommation. Même si les parents limitent la consommation de leurs enfants ou prescrivent des programmes, le journal télévisé est pour eux un bon programme et une façon de se retrouver ensemble, alors même qu'il est toxique pour leurs enfants jeunes. Quand ils choisissent, les 4/10 ans vont plus naturellement vers des programmes jeunesse, qui représentent 18% de leur consommation, puis s'orientent vers le sport (d'ailleurs le programme préféré des 11/14 ans), puis vers les séries, films et fictions. Enfin, les 11/14 ans aiment également beaucoup la fiction, mais aussi la téléréalité et les programmes de divertissement. Les attentes des enfants ne sont donc pas forcément en accord avec leur consommation dans les faits. »

Philippe Alessandri lui demande alors en quoi la lecture des histoires par les enfants et adolescents est différente de celle des adultes : « C'est une question que se posent les créateurs et les chaînes : faut-il se placer du point de vue des enfants ? Et si oui, quel est-il ? »

« Les différences sont à la fois cognitives et affectives, résume Stéphane Clerget. D'abord, plus un enfant est jeune, plus son temps de concentration est réduit. En maternelle, on le sait, le temps de concentration est de 10 minutes en petite section et de 20 minutes en grande section. Ils peuvent rester beaucoup plus longtemps devant la télévision, mais en état semi-hypnotique. De plus, les jeunes enfants ne font souvent pas la différence entre programmes et publicité. Si les diffuseurs les sous-estiment sur le plan cognitif, ils les surestiment sur le plan affectif. Ainsi, un programme violent a un impact direct sur le comportement d'un enfant, que cette violence vienne d'un héros ou d'un méchant. Le jeune enfant peut avoir à son tour un comportement violent et agité après un programme violent. S'il assiste sur du long terme a des programmes violents, il devenir insensible à la violence ou considérer le monde entier comme violent. Même si à partir de sept ans, l'enfant fait bien la différence entre le fictionnel et le réel, la violence du journal télévisé ou des documentaires a tout de même un impact important, car le jeune téléspectateur a l'impression que tout se passe en bas de chez lui. »

Philippe Alessandri l'interroge ensuite sur le rapport des enfants aux héros.

« Le jeune enfant va vers le leader, celui qui a l'air le plus fort et le plus puissant ; qu'il soit gentil ou méchant. Les diffuseurs privilégient d'ailleurs les schémas manichéens pour les personnages qui ont des comportements négatifs ou positifs et ou le positif sort victorieux. Selon moi c'est louable, car avant de comprendre la nuance des sentiments et la complexité émotionnelle, il faut repérer les règles du bien et du mal. Cela s'apprend progressivement jusqu'à 6 ans, et ce n'est que lorsque c'est acquis que des personnages plus ambigües ont leur place dans la fonction éducative des programmes de fiction. Le succès de *Titeuf* en est un exemple. Un jeune enfant peut comprendre la complexité d'un personnage mais ça ne l'aide pas à savoir ce qui est bien ou mal socialement. Il peut avoir l'impression que tout se vaut. »

« Comment les différences entre garçons et filles orientent-elles la consommation de télévision ? » demande Philippe Alessandri.

« Il y a parfois davantage de différence entre deux garçons qu'entre une fille et un garçon, souligne Stéphane Clerget. Même si depuis les années 70, leurs centres d'intérêt et comportements se sont rapprochés, on n'élève toujours pas de la même manière un garçon et une fille : on reste souvent plus tolérant pour un garçon sale et négligé, on sèvre plus tôt les filles, on dispute un garçon qui tape une fille et pas l'inverse, le père décolle le fils de sa mère et en rapproche la fille. Les garçons sont davantage dans l'action que les filles, du point de vue de l'éducation comme hormonal. Cette différence se retrouve dans les programmes : en fiction, la bagarre a plus d'impact sur les garçons que sur les filles, un programme violent les agite plus. En revanche, la violence réelle a davantage d'impact sur les filles que sur les garçons. C'est la différence essentielle. D'autre part, la politique récente des diffuseurs, qui s'appliquent tant à ne pas être discriminatoires vis a vis des femmes, engendre trop souvent des personnages féminins chefs ou leaders volontiers agressives. Comme si la violence des filles contre les garçons étaient plus acceptables que l'inverse. »Philippe Alessandri remarque que dans les fictions de prime time pour adultes se développent également beaucoup d'héroïnes, afin de mieux toucher la cible de la ménagère de moins de 50 ans, privilégiée par la publicité.

« Les séries de comédie sont une nouvelle tendance. Quel est le type d'humour des enfants ? » demande-t-il ensuite.

« Les enfants captent de plus en plus tôt l'humour, même non verbal, affirme Stéphane Clerget. Leur capacité à comprendre se développe avec l'âge. Il existe des points communs entre petits et adolescents, qui aiment aussi la régression. Ainsi un programme comme *Bob l'éponge* fait rire de cinq à 14

ans. En grandissant, on apprécie davantage l'humour verbal, les blagues, puis l'humour noir. Les diffuseurs ayant peur de se faire taper sur les doigts avec les thèmes de la violence, l'incivisme, ou la religion, privilégient la comédie qui marche et est moins risquée. Cela rassure les parents, qui peuvent aussi regarder avec leur enfant, même si certains attendent des programmes plus pédagogiques et éducatifs, en perte de vitesse aujourd'hui. »

« Les adolescents représentent une cible étroite, qui migre facilement vers d'autres types de programmes, note Philippe Alessandri. Ont-ils un mode de consommation particulier ? »

« On peut diviser ce public entre les préadolescents, de 11 à 14 ans, et les grands adolescents de 15 à 19 ans. Pour ces derniers, il existe des programmes adaptés. En revanche, la télévision ne sait pas bien capter les 11/14 ans : ils prennent leurs distances avec leur famille tout en étant nostalgiques. Ils regardent certes avec un peu de honte mais tout de même les dessins animés pour petits, et en même temps, sont très férus de *Plus belle la vie*. Dans leurs dix programmes les plus regardés en 2008, on trouve six films et deux séries. Ils regardent film et séries souvent en même temps que leurs parents, qui les contrôlent moins. *Les experts*, *Cold case*, qui sont des séries pour adultes, sont donc regardées malheureusement aussi par les préadolescents. Je dis malheureusement, car cela favorise un peu leur anxiété : ils pensent qu'on peut rencontrer un tueur à tous les coins de rue... Il existe un véritable déficit de programmes qui leur ferait du bien. C'est la mission de transmission, pédagogique, des diffuseurs. Ensuite, les préados aiment regarder le sport, qui représente 18% de leur consommation, et la téléréalité (comme *Secret story*). Ils se passionnent en effet pour les relations humaines. Ils cherchent à comprendre ce que les adultes ont dans le ventre, et par extension comment vivre ensemble, régler ses complexes, communiquer...etc. Les thèmes importants pour eux sont la solidarité, la fraternité, qu'ils ne vivent pas forcément mais qu'ils espèrent, la résolution de leurs problèmes, et des aventures à vivre. Car ces générations gavées de télévision et de jeux vidéo ont du mal dans leur petite enfance à fabriquer leur propre imaginaire au profit d'un univers prêt a porter. Et dans un cercle vicieux, ils sont donc particulièrement en attente de fictions pour compenser leur déficit. »

« Quelle est l'appréhension de la relation amoureuse par les adolescents et les enfants ? » demande Philippe Alessandri.

Stéphane Clerget souligne qu'il existe deux âges importants dans ce domaine, la toute petite enfance et la puberté. « Entre 3 et 5 ans, les enfants

sont très intéressés par la sexualité, c'est l'âge de la découverte et du touche pipi. Ensuite, vient l'âge de latence, entre 6 et 10 ans, où la sexualité est mise de côté au profit de l'apprentissage. Ils sont alors mal à l'aise avec les questions du désirs, et c'est l'occasion d'apprendre les règles de la sexualité humaine : on ne peut pas se « marier » avec quelqu'un de sa famille, ni forcer quelqu'un a le faire…etc. Puis à l'adolescence, l'intérêt pour la sexualité revient, avec les questions : peut-on coucher sans aimer ? Peut-on aimer deux personnes à la fois ?etc.. Ces sujets les passionnent, évidemment. »

La dernière question de Philippe Alessandri porte sur les différences de consommation des enfants et adolescents en fonction des pays et continents.

« Le temps de consommation de télévision des pays anglo-saxons est bien plus important qu'en France, où le contrôle des parents est plus fort à la fois en matière de temps et de contenu. Notre pays, celui d'Europe au plus fort taux de natalité, s'est toujours beaucoup préoccupé de la psychologie de l'enfant. Les cahiers des charges des diffuseurs sont importants, on est aussi le pays de la télévision scolaire : la télévision n'est donc pas une simple baby-sitteuse. Dans les pays en voie de développement, la consommation des enfants grimpe en flècheXX. »

<u>Réactions du public :</u>

Qu'est-ce que la morale ?

Jacqueline Cohen, créatrice de *Tomtom et Nana* présente dans la salle, remarque que ce discours sur la télévision est pour elle un peu simpliste et schématique. « Je suis gênée par ce côté normatif : selon moi les attentes des parents sont extrêmement diverses, et le rapport à la télévision des enfants et des adultes est le même. De plus, il est très difficile de définir ce qu'est la morale. Ce qui compte c'est la vérité des personnages. »Une personne du public donne l'exemple de la série *Titeuf* : « Quand dans un épisode une fille donne une gifle à un garçon qui lui fait une déclaration d'amour, où sont le bien et le mal ? » Une scénariste de *Titeuf* présente dans la salle, et qui en a écrit 34 épisodes, intervient pour préciser que, selon elle, cette série est très morale : « Quand Titeuf fait une bêtise, il est puni à la fin, et toujours ramené à un comportement positif. »

Philippe Alessandri rappelle qu'il existe peu de cas d'unanimité sur le bien et le mal dans le monde ! « Les différences entre pays sont importantes : les anglo-saxons acceptent beaucoup moins la transgression que les latins par

exemple. En tant que producteurs, auteurs, chaînes, nous avons souvent ce débat. »

Selon l'auteur Delphine Maury, « Jacqueline Cohen a eu toute liberté pour raconter des histoires très justes avec des enfants qui offrent des plaisirs transgressifs avec ses livres *Tomtom et Nana*. Ce qu'elle dit est important. Je pense également que la télévision ne peut pas seulement éduquer : elle peut respecter le niveau des enfants et leur offrir autre chose : dans *Le petit prince*, Saint Exupéry s'adressait aussi aux enfants qui sommeillent dans les adultes ! »

Marion Aguesse défend à son tour la responsabilité de la télévision : « On ne peut pas écrire pour les enfants sans prendre en compte que ce qu'on va leur raconter contribue à leur formation. »

La violence à la télévision et ses conséquences sur l'enfant

Selon Stéphane Clerget, de nombreuses études ont établi un lien direct entre le temps de consommation de télévision et les comportements violents des enfants. En sachant par ailleurs que plus un enfant passe de temps devant la télé plus il y a de risque qu'il évolue dans un milieu familial carencé sur le plan éducatif.

Il précise : « Je donne seulement le regard de ma profession, je ne suis pas auteur. Ce n'est pas à moi de dire ce que doit être la mission de ceux qui écrivent pour les enfants. Cependant l'éducatif ne passe pas seulement par des programmes pédagogico-scolaires, il passe aussi par le fictionnel. L'apprentissage du bien et du mal passe aussi par la télévision. Même si au final je crois que les enfants n'ont pas besoin de la télévision pour grandir. »

<u>Les choix des diffuseurs</u>

Philippe Alessandri rappelle que les choix de contenus sont essentiellement le fait des diffuseurs, même si les créateurs sont force de proposition. Il donne donc la parole à **Marion Aguesse** conseillère artistique pour les chaînes de Lagardère Active.Pour cette dernière, « les contraintes sont d'abord d'ordre financier puisqu'une fiction jeunesse peut coûter 6 millions d'euros pour 26 épisodes de 26 minutes. Or peu de chaînes peuvent investir seules cette somme : cela implique donc des contraintes partenariales avec d'autres chaînes françaises, ou d'autres pays, ou les deux. Nous sommes également soumis à des contraintes de concurrence féroce : il existe 15 chaînes différentes pour enfants, auxquelles s'ajoutent les programmes spécifiques des chaînes généralistes. Avec un bassin de programmes globalement similaire, chacun va tenter de trouver une identité spécifique, ce qui est difficile. A ces contraintes s'ajoutent la grande versatilité des cibles, les

spectateurs passant d'une tranche d'âge dans l'autre…parfois en l'espace d'un an !. Nous essayons donc de faire les programmes qui nous ressemblent, dont on est fier. Par exemple, la chaîne Tiji s'adresse aux petits de 2 à 5 ans et privilégie un univers de petite enfance intemporel, mais avec une mise en scène moderne, très colorée, un univers frais, joyeux et optimiste. Sur Canal J, les téléspectateurs sont plus grands. La chaîne a choisi d'être incarnée par des héros comme Titeuf, Kid Paddle, Martin Mystère, des personnages plutôt que deshéros cartoon . Enfin, Gulli est une chaîne plus familiale donc privilégiant les programmes fédérateurs, dont les cartoons, la fiction, et en règle générale ce qui peut réunir parents et enfants devant l'écran.. Quant à June, c'est une chaîne à destination des 15/25 ans, plus strictement féminine. Je souhaiterais enfin préciser que je suis impressionnée par l'accélération de la compétence des enfants vis-à-vis de l'image. En une dizaine d'années, leur demande de rythme s'est très accélérée et c'est valable pour toutes les tranches d'âge. »

Pierre Siracusa prend ensuite la parole en tant que responsable du pôle 6/12 ans et famille en animation de France Télévisions. « Le milieu des années 90 a vu la fin de l'existence unique de chaînes généralistes dont l'offre reposait sur deux programmes concomitants. Aujourd'hui l'enfant dispose d'une vingtaine de chaînes. La venue des thématiques et de la TNT a montré que les enfants aiment lorsqu'une chaîne leur est entièrement dédiée, sans adultes. Notre principale contrainte, c'est donc cette concurrence nouvelle : il s'agit de garder des espaces conséquents pour la jeunesse dans ce nouvel environnement. Cet été, le matin, Gulli a fait des scores plus conséquents que TF1 ou France Télévisions ! La tentation pour tous les programmateurs est d'aller tout de suite vers des programmes forts. Mais les 6/12 ans sont un peu conservateurs, ils préfèrent la rediffusion de séries connues (*Garfield*, *Pokémon*), plutôt que la découverte d'une nouvelle série. » Marion Aguesse précise qu'en conséquence, il existe d'ailleurs une véritable tendance dans les chaînes au développement de programmes à partir de bande dessinées à succès déjà existantes. « C'est en effet la grande tendance des années 2000, avec l'accélération du rythme, des effets sonores et spéciaux, sur un mode très séquentiel, continue Pierre Siracusa. L'histoire en tant que récit se perd dans cette tendance lourde de la télévision moderne. Par exemple on s'attache de plus en plus à des personnages pour s'immerger dans la série, et on a tendance à oublier l'histoire. Notre devoir reste de coproduire des programmes malgré tout intelligents et enrichissants. »

Philippe Alessandri demande alors aux deux représentants des chaînes quels sont leurs outils d'analyse pour connaître les attentes des enfants. Il cite

l'exemple de la chaîne Nickelodeon aux Etats-Unis qui réunit des enfants tous les mercredis après-midi pour les faire jouer et les observer.

« Nous disposons d'outils quantitatifs via Médiamétrie, mesurant les flux d'audience en fonction des tranches d'âge, de la localisation, répond Pierre Siracusa. Nous utilisons également des outils qualitatifs ponctuellement avec des panels, dans une logique de nouvelle saison, souvent pour savoir ce qui est compris et ce qui ne l'est pas sur une série. Mais personnellement, je défends aussi la responsabilité des créateurs et de leurs partenaires, il faut éviter les abus du marketing. »

Marion Aguesse précise que « si les études nous permettaient de savoir exactement ce que veulent les téléspectateurs, nous serions les rois du pétrole ! Une étude peut démontrer par exemple que les spectateurs d'un programme ne sont que des filles de tel âge, et l'étude suivante nous apprendre que les garçons sont présents, et que les filles sont finalement plus jeunes... Tout change, et si souvent, qu'il est inutile d'essayer de tailler des costumes sur mesure pour le spectateur. »

Les créateurs face aux contraintes et spécificités des chaînes

***Des nouvelles de la jungle, un* programme court d'animation**

David Alaux et Eric Tosti sont à l'origine de *Des nouvelles de la jungle*, un programme composé de 26 courts d'animation d'une minute trente et d'un unitaire de 52 minutes. La bande-annonce et un épisode pilote sont présentés.

« Quand nous avons proposé notre projet à France Télévisions, nous n'avons jamais suivi un cahier des charges, raconte **Eric Tosti**. Nous sommes ici deux des trois associés de notre société TAT Production basée à Toulouse, et également auteurs et réalisateurs des projets. C'est peut-être une nouvelle forme de travail avec les chaînes : nous présentons le projet, et quand il est accepté, nous le concevons de l'écriture à la livraison. C'est notre second programme pour France Télévisions. Pour connaître la ligne éditoriale des chaines, il suffit d'aller chaque année à leur conférence de presse au festival d'animation d'Annecy, ou de regarder les chaînes en question ! Nous ne nous sommes pas posé la question de la case de diffusion au départ. Il s'est avéré que le public serait plutôt 6/12 ans et familial, et nous nous adaptons à cette case. »

Pierre Siracusa précise alors que ce programme est un « spécial », c'est à dire une offre particulière à l'intérieur de la grille, sans lien direct avec les problématiques de ligne éditoriale. « A l'intérieur d'une programmation, on

s'autorise des événements qui vont glaner un public un peu plus familial, dont la comédie est un des vecteurs bien sur. »

***Foudre,* une fiction jeunesse**

Bertrand Cohen précise en introduction que chaque chaîne possède son propre contenu éditorial, et qu'on ne peut pas travailler pour une chaîne sans la connaitre. « Mon premier employeur a été la direction du marketing de TF1 à l'époque des séries d'AB production : les études qualitatives sur ces programmes étaient désastreuses et pourtant c'était leurs plus gros succès. Pour en venir à *Foudre*, France 2 avait aimé *Ma terminale* (série sur laquelle j'avais travaillé pour M6), et avait envie de partir sur un autre projet avec Stéphane Meunier et moi. La série compte maintenant cinq saisons, quand une seule était prévue au départ. Elle avait d'abord été conçue pour les 12/18 ans : nous cherchions une histoire que puisse comprendre un enfant de 12 ans et qui ne soit pas trop niaise pour un jeune adulte de 20 ans. C'est un garçon de 18 ans qui tombe amoureux et lâche tout pour retrouver une fille en Nouvelle Calédonie, un personnage libre et affranchi qui quitte tout par amour. C'est quelque chose que j'aurais aimé faire, or ce que j'ai pu faire de mieux par amour, c'est Paris Lyon ! » Un résumé de la saison quatre est alors projeté.

« Cette série a été conçue pour une case adolescents et jeunes adultes, mais son audience s'est visiblement élargie », souligne Philippe Alessandri.

« Nous en sommes à la saison cinq, rappelle **Eugénie Dard**, et le concept a beaucoup évolué : nous voulions traiter de beaucoup de problématiques, parler de tout. Grâce à l'humour, on peut dégoupiller les choses. » Bertrand Cohen conclut en précisant que cet historique (cinq saisons) permet à la chaîne d'autoriser davantage de choses aux auteurs puisqu'une relation de confiance s'est nouée.

Marion Aguesse rappelle à quel point il est formidable pour un diffuseur de voir arriver un projet porté par son auteur, avec ses propres exigences. « Un projet non fini, que ses auteurs proposent de terminer en fonction des desiderata de la chaîne, est pour nous la pire des situations : un diffuseur n'est pas un créatif. » A Philippe Alessandri qui précise que certains projets ont existé à partir de deux lignes ou deux pages, Marion Aguesse réplique que « l'envie d'un projet n'est pas à hauteur de l'épaisseur de sa bible, mais à la hauteur du pouvoir de conviction de l'auteur. Pour un diffuseur, une bonne histoire portée par quelqu'un qui y croit, qui se fait l'avocat du diable, qui cherche lui-même les failles de son propre concept, et saura répondre au ping-pong auquel on le soumet, c'est formidable. »

***Les grandes grandes vacances,* une série d'animation**

Delphine Maury commence par revenir sur la genèse de ce projet : « Une amie productrice m'avait proposé d'écrire sur le thème des enfants et la nature. Je n'avais pas envie d'écrire quelque chose de moralo-pédago sur le sujet, il y en a déjà trop à mon goût et je trouve les enfants sur-responsabilisés sur l'état de la planète. Je faisais à l'époque ma première direction d'écriture pour Tf1 avec *Ariol* et je découvrais les contraintes d'écriture propre à la télévision (les enfants doivent porter un casque pour le vélo, un harnais pour monter aux arbres, etc.). J'ai donc eu envie de raconter l'histoire de deux parisiens qui découvrent la nature en toute liberté, comme ce que j'ai vécu enfant. Mon co-auteur, Olivier Vinuesa, a eu l'idée de poser le sujet pendant la Seconde Guerre mondiale, avec des enfants qui ont grandi à la campagne éloignés de leurs parents : ce choix nous permettait d'éloigner « naturellement » les parents, pris par la guerre, et de nous concentrer sur des enfants ayant beaucoup de temps libre, loin du regard des adultes. Ensuite, pour être au plus près de la réalité, nous sommes partis interviewer des personnes qui avaient vécu leur enfance pendant la guerre. »

Olivier Vinuesa précise : « Nous voulions transmettre un savoir, nous appuyer sur des expériences vécues, et recréer une communication entre générations par la télévision. Nous avions envie d'empathie avec les personnages, comme dans *La guerre des boutons, Tom Sawyer, Oliver Twist*, des gamins aux fonds de culotte troués ! » Les croquis d'Émile Bravo sur la création des personnages sont projetés en même temps.

« Quand nous avons proposé cette première idée, raconte Delphine Maury, mon amie productrice m'a annoncé tout de suite que la guerre était un sujet très anxiogène et que les chaînes n'en voudraient jamais. Nous avons donc postulé avec *Les grandes grandes vacances* au fonds d'aide à l'innovation du CNC qui soutient des œuvres un peu différentes, pas forcément dans le marché, en remaniant le projet de façon à mettre la guerre au second plan : nous avons situé l'action en zone libre. C'est le CNC, lors de la première commission, qui nous a encouragés à « plonger » les enfants dans la guerre. C'est grâce au fonds innovation que le projet a pu rester proche de notre première idée, plus audacieuse et se situer en Normandie ! »

Pierre Siracusa revient alors sur ce qui lui a plu dans ce projet : « l'histoire est une de nos grandes thématiques, et la guerre également. J'ai découvert ce projet au fonds d'aide à l'innovation, avec les références dont les auteurs ont parlé, le principe de suivre le conflit du strict point de vue des enfants, des problématiques issues de témoignages de grands-parents ou arrière grands-parents. nous sommes encore en réflexion sur la façon de l'inscrire dans notre grille, car la question du feuilleton est un souci. Cela nous a amené dans la logique du spécial, une programmation en rupture, plus large en termes de cibles, de format, avec une logique de collection (ici ça sera dix épisodes de 26 minutes par exemple). Nous ne sommes donc pas dans l'exemple d'une série de modèle économique classique. »

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle du CNC

Alice Delalande, chargée de mission au CNC présente le FAI.

« Je vais me concentrer surtout sur la partie du fonds qui concerne l'animation, même si nous aidons également la fiction. Le FAI existe depuis 2005, il a pour vocation de soutenir des projets portés par leurs auteurs dans un premier temps, via une aide à l'écriture qui leur est versée directement. Pour l'animation, nous demandons une réflexion dès l'amont sur les plans littéraire et graphique. Dans un second temps, le soutien peut être suivi d'une aide au développement destinée au producteur. Dans le domaine de l'animation, les producteurs peuvent arriver directement à ce second stade. Nous examinons les projets de tous formats, y compris les courts métrages, mais à destination de la télévision uniquement.

La sélection se fait en deux temps. La première est établie par des professionnels du métier (un scénariste, un graphiste ou réalisateur, un producteur ou éditeur). Les projets choisis, ou en relecture accompagnée pour certains d'entre eux, sont ensuite lus par des professionnels de l'écriture, du graphisme, de la production et de la distribution, qui établissent leur sélection finale. Cette première aide à l'innovation varie selon les formats et l'enthousiasme entre 5 000 et 25 000 euros. Au développement, l'aide est fonction du devis du producteur. Le plus grand montant attribué récemment était de 70 000 euros (pour produire un teaser). Par ailleurs, le producteur doit amener 20% du montant de l'aide en numéraire. Sur le site du CNC vous disposez d'informations précises, mais nous sommes à votre disposition pour vous recevoir en amont des dépôts et vous conseiller. Si le projet est refusé ou mis en réexamen, nous pouvons vous en expliquer les raisons.

En ce qui concerne la philosophie du fonds, nous n'avons pas de définition de l'innovation : cela concerne un projet pas immédiatement accolé aux lignes éditoriales des chaînes, aux parti pris littéraires et graphiques ambitieux, dont le producteur prend des risques. L'exemple des *Grandes grandes vacances* est illustratif de la façon dont le FAI peut accompagner les auteurs et le producteur, et être un outil pour proposer le meilleur projet possible aux diffuseurs. Le fonds a un aspect cellule de recherche, mais au-delà, sa finalité est avant tout d'amener ces projets à exister sur le media auquel ils se destinent. Il est important que les auteurs aient en tête un media, un public, une logique industrielle. C'est un principe de réalité. Dans le domaine de l'animation, j'ai la grande satisfaction d'avoir vu émerger des projets : France Télévisions est un partenaire de choix sur quelques projets en développement, une série est diffusée sur Game One, et des séries sont en pré production sur Canal+. »

Questions du public

Quelle est la part de l'intime conviction du directeur des programmes dans le choix ?

Pour Marion Aguesse, elle est très importante : « En 15 ans je n'ai jamais vu quelqu'un prendre une décision justifiée uniquement par une étude. Il est illusoire de vouloir coller à une attente, mais une étude peut confirmer une intime conviction. Le choix peut aussi naître d'une conjonction de facteurs favorables : un coup de cœur, l'enthousiasme, le bon moment, la bonne case. Quand je pitche un projet auprès du directeur des programmes, c'est mon enthousiasme à transmettre une bonne histoire qui crée son intérêt et son désir d'aller plus loin dans la connaissance du dossier.»

Delphine Maury demande quelle est la proportion d'auteurs qui ont la chance de pouvoir présenter directement leurs projets au diffuseur, sans forcément avoir un producteur.

Marion Aguesse avoue travailler principalement avec des producteurs. « Nous ne pouvons pas jouer le rôle d'un producteur face aux jeunes auteurs qui n'en ont pas. En revanche on peut envoyer les auteurs qui ont besoin de cadres vers des producteurs amis, ce que Pierre Siracusa fait sans doute aussi. Le jeune auteur n'a pas toujours compris les contraintes des chaînes, et ne les regarde certainement pas assez. Quand on veut proposer une série à une chaîne, le minimum est de regarder la chaîne en question, et de connaitre le cadre dans lequel l'imagination va s'exercer. »

Pierre Siracusa précise qu'il existe aussi un problème de manque de temps. « Il se passe deux à trois années entre le début du projet et sa finalisation, le seul garant et ordonnateur en est le producteur, et non le diffuseur, qui n'intervient qu'à un tiers du budget. Un projet est incomplet sans quelqu'un pour le défendre. Il y a de la pédagogie à faire auprès du diffuseur et le producteur est davantage rompu à l'exercice. Un auteur peut présenter un projet quand les différents éléments de ce projet commencent à s'assembler, mais il y a beaucoup de choses à préciser ensuite : l'univers graphique, les contraintes industrielles... »

Jusqu'où les diffuseurs sont-ils capables d'aller dans les contenus d'animation ? Est-ce qu'un programme comme *Les Simpson* aurait été produit en France ?

Pierre Siracusa rappelle que c'est France 3 qui a diffusé *Les Simpson* en premier dans ses cases jeunesse : « Et ça a été un four. C'est lorsque Canal+ l'a diffusé que le programme est devenu un succès. Je rêverais de pouvoir

faire *Les Simpson*, mais nous n'avons pas trouvé le moyen de diffuser ce genre de série sur France Télévisions, car c'est un programme de niche. »

Philippe Alessandri complète cette réponse : « L'innovation en animation est venue de chaînes dirigées par des producteurs, des studios de création comme Nickelodéon ou Disney Channel. Ils sont puissants et verrouillent les choses, c'est pourquoi nous avons tant de mal à leur vendre nos programmes. Le cas des *Simpson* n'est d'ailleurs pas isolé : *Bob l'éponge* a mis aussi des années à s'installer, comme *Phineas and Ferb* à Super RTL. Mais un programme français n'a qu'un mois pour faire sa place ! »

Pierre Siracusa acquiesce : « C'est peut-être de la frilosité, mais si on veut proposer un programme d'animation original, qui aborde des thèmes politiques, il ne faut pas commencer à 6 millions d'euros de budget ! Au départ, *Les Simpson* était un programme court et peu cher. Si vous souhaitez installer un propos différent il faut viser un format court ou un spécial, même associés comme pour *Les nouvelles de la jungle*. Il s'agit d'installer les personnages, de les rendre familiers auprès de nos cibles, dans une logique future de série lourde et de deuxième saison. Déroger aux recettes classiques ne souffre pas l'à peu près : il faut être au niveau de la saison cinq dès la deuxième saison, créer un univers sur le long terme, et poser les jalons d'une série immédiatement maitrisée. Le programmateur ne laissera que deux diffusions à la série pour s'installer. »

Un réalisateur dans le public remarque que la fiction jeunesse existe peu en dehors de l'animation.

Marion Aguesse se souvient que la fiction a longtemps été difficile à monter, d'abord pour des raisons financières : « Il faut des partenariats transversaux plus difficiles à établir sur des programmes de fiction qui ont une moins grande longévité en terme de diffusion. Mais depuis deux ou trois ans, on note une résurgence de l'attente des diffuseurs en fiction jeunesse. Les producteurs d'animation ont maintenant tous créé leur pôle fiction. Pendant longtemps les coups de cœur de fiction achoppaient à ces problèmes de financement. Maintenant il y a une réelle envie de revenir à des héros "humains", plus identifiant pour les spectateurs. Reste à monter des partenariats intelligents qui permettent à chacun des pays producteurs de conserver dans la série, son identité nationale …ce qui est toujours délicat ! Mais nous coproduisons depuis trois ou quatre ans avec les anglais la série *Genial Jenny*, et ça marche très bien. »

Philippe Alessandri rappelle que « les fictions jeunesse australiennes s'exportent très bien, et les françaises aussi comme *Foudre, Cœur Océan* et

Chante. Et les volumes sont importants (cent épisodes chacune). Les montages de coproductions sont plus compliqués, la langue est un vrai problème. Défendre la langue de tournage française pèse souvent sur l'exportation. *Genial Jenny* est tourné en anglais par exemple, car le public anglo-saxon est rétif au doublage : des séries comme *Cœur océan* ou *Foudre* ne se vendent pas sur le marché anglophone, aux Etats Unis et en Grande Bretagne, qui sont deux territoires importants. »

Philippe Alessandri rappelle que « les fictions jeunesse australiennes s'exportent très bien, et les françaises aussi comme *Foudre, Cœur Océan* et *Chante*. Et les volumes sont importants (cent épisodes chacune). Les montages de coproductions sont plus compliqués, la langue est un vrai problème. Défendre la langue de tournage française pèse souvent sur l'exportation. *Genial Jenny* est tourné en anglais par exemple, car le public anglo-saxon est rétif au doublage : des séries comme *Cœur océan* ou *Foudre* ne se vendent pas sur le marché anglophone, aux Etats Unis et en Grande Bretagne, qui sont deux territoires importants. »

Philippe Alessandri témoigne ensuite de sa démarche en tant que producteur (à Télé Images) : « J'ai toujours cherché des projets qui soient des points de rencontre entre la ligne éditoriale des chaînes, mes envies, et l'attente des enfants. J'avais remarqué le succès des programmes sportifs auprès des enfants en France, que les séries sportives étaient un genre en soi au Japon, un genre qui s'exportait même. Mais je n'ai décidé de produire une série d'animation sur le football que lorsqu'un auteur est venu me proposer *Foot2rue*, parce que c'était une manière originale de voir les choses. Mais mes arguments ne convainquaient pas pour autant les chaînes. France 3 a refusé avant d'accepter finalement, et ça a été un succès d'audience. Donc il y a du conservatisme, mais pas de fatalité. Gulli a acheté la série terminée pour une deuxième diffusion, et ça a été à nouveau un succès. J'ai rencontré la même réticence à l'étranger et la série a pourtant fini par bien se vendre. »

Comment travaillent les auteurs de ces séries jeunesse ?

***Foudre* : écrire avec les comédiens.**

Bertrand Cohen revient sur *Ma terminale*, une série qui a été écrite sans dialogue, davantage dans le ton de la chronique. « D'ailleurs si on essaie d'écrire des dialogues pour des jeunes de 18 ans quand on en a quarante c'est souvent ridicule. Donc les auteurs écrivaient ce que j'appelle des « séquenciers émotionnels et psychologiques ». Les acteurs ne savaient que scène par scène ce qui se passait, par des briefings individuels et devaient

deviner ce qu'on avait écrit. Nous avons adapté ce système sur *Foudre*, avec une structure à l'américaine. Les acteurs proposent des choses, sans répétition, dans une fragilité permanente. Ils doivent avoir une capacité de mémoire particulière pour reproduire ce qu'ils doivent faire dans la première scène, en improvisation. Si le casting récurrent est composé de professionnels, les personnages secondaires ne sont pas toujours des acteurs, pour des raisons de coût mais aussi de véracité. Nous avons fait ensuite une série adulte pour Arte, *Fortunes,* construite sur le même principe. Mais nous nous sommes permis des amorces de dialogues car c'est une comédie. »

Eugénie Dard témoigne qu'elle n'avait encore jamais travaillé de cette façon auparavant. « Cette formule pousse l'auteur à trouver de vraies situations, sans support du dialogue. Il est plus délicat de dégager une bonne situation quand on ne peut pas s'en sortir par un bon mot. Avec le temps, on commence à connaitre les comédiens, on s'investit davantage que si on ne faisait que les trois étapes classiques du scénario (synopsis, séquencier, version dialoguée). Mais c'est difficile à expliquer aux auteurs qui arrivent, alors ils apprennent en faisant. Ensuite, c'est un vrai régal, on se creuse la cervelle, et on va chercher plus loin. Nous sommes 4 à 5 auteurs en moyenne pour une saison de 40 épisodes de 26 minutes. »

Bertrand Cohen précise que les épisodes restent écrits de façon classique, en trois actes, avec un enjeu précis. « Mais on peut réécrire la scène sur le tournage : nous gardons une souplesse permanente et une réécriture possible des dialogues si l'acteur a une bonne idée. Ça peut transformer une scène, un personnage de pleureuse peut soudain devenir une guerrière par exemple. Tous les talents sont sollicités. Si certains personnages secondaires ont un métier (policier, médecin, psychiatre), on embauche des vrais. Ils s'expriment à leur façon, et ça aide les acteurs. Nous voulons éviter l'effet boite de conserve, en fragilisant le plateau pour que l'émotion se dégage. Nous avons effectivement rencontré un problème juridique de droit d'auteur avec *Ma Terminale*, qui n'est pas résolu. Mais sur *Foudre* il n'y en a pas, car les choses ont été dites dès le départ. On n'écrit pas les dialogues, ils sont fabriqués sur place, mais les comédiens ne sont pas rémunérés en tant qu'auteurs. »

Les nouvelles de la jungle : écriture en trio

David Alaux rappelle qu'ils sont trois à travailler à l'écriture, les trois associés de TAT. « Nous partons des personnages et nous répartissons l'écriture selon qu'il s'agit de la mini série ou du 52 minutes qui sont très différents. Sur la mini-série, nous travaillons en plan séquence quasiment tout le temps. Nous partons d'une idée de base et un de nous trois se lance pour écrire l'épisode.

Ensuite, nous créons un lay out en 3D sur la base de l'enregistrement de voix témoins, et nous fabriquons directement l'animation. En revanche, pour le spécial de 52 minutes, qui est comme un film, nous avons écrit un traitement plus traditionnel, après beaucoup de discussions. Nous changeons en fonction des retours, puis nous ajoutons les dialogues. Aujourd'hui le projet en est au story board, qui fait plus de 1000 pages ! »

Eric Tosti, en réponse à une question du public sur la censure rapporte une anecdote : « En France, sur ce programme là, nous n'avons pas rencontré de problème. Mais nous avons eu un retour négatif de chaînes nordiques sur un programme précédent, à propos d'une séquence avec des pistolets qui posait problème. On a remplacé les pistolets par des poissons et ça a marché ! Ce n'est pas une demande qui nous a fait sortir de nos gonds au niveau artistique. »

Les grandes grandes vacances : le matériau des interviews

Delphine Maury rappelle qu'ils écrivent à deux, mais que le premier épisode n'a pas encore été terminé et validé par France Télévision. Elle décrit ensuite la méthode de travail mise en place : « nous avons rencontré des personnes âgées qui ont vécu leur enfance pendant la guerre, onze à ce jour. Nous allons les voir chez elles, pendant une demi-journée, nous écoutons leurs histoires insensées (pour nous), très émouvantes. on les enregistre et on les filme, mais en sortant, on note chacun les histoires qui nous ont marquées, ont fait naître des images précises. C'est intéressant d'être deux car on ne retient pas du tout les mêmes choses ! Moi je suis une scénariste débutante, en apprentissage. Olivier, mon co-auteur a un vrai talent pour les histoires, et nous sommes très bien accompagnés par Pierre Siracusa le diffuseur et notre producteur Didier Brunner, des armateurs. Notre principale contrainte, c'est que la série comptera dix épisodes en tout, alors qu'à l'origine, vu la richesse du matériau, nous souhaitions écrire une saison par année de guerre. nous ne voulons pas esquiver les thèmes de la mort, de la guerre elle-même, des enfants juifs. Il faut tenir compte du fait qu'il s'agit d'une série feuilletonnante, avec épisodes bouclés, ce qui est une grosse contrainte d'écriture. Enfin, nous ne voulons surtout pas trahir la mémoire des gens qui se confient à nous. »

Olivier Vinuesa raconte à son tour son approche : « c'est très intéressant car nous sommes amenés à devoir imaginer, tout en intégrant des témoignages. Il s'agit de raconter des anecdotes, de rester fidèles, tout en trouvant le bon ton. C'est notre première expérience en écriture jeunesse pour tous les deux, même si Delphine avait fait de la direction d'écriture. nous avons en tous cas vite compris que ce type de projet ne se fait pas tout seul : il faut de la conviction, accepter de revenir sur certaines choses, écouter des avis. on parle beaucoup de censure, mais pour nous c'était le contraire : on avait décidé au début que les enfants vivraient en zone libre mais finalement le CNC et la chaîne nous ont proposé de les placer au cœur de la

guerre. et je voudrais enfin souligner un dernier point : le choix du producteur est crucial et déterminant ! »

Biographies

Marion Aguesse, **conseillère artistique chez Lagardère Interactive**

Conceptrice-rédactrice puis directrice conseil corporate pendant plus de dix ans au sein du groupe Publicis, Marion Aguesse est depuis 1995 conseillère artistique des programmes jeunesse du groupe Lagardère Active où elle est en charge de l'audit des projets et du suivi des coproductions. Lagardère Active réunit entres autres contenus pluri médias, les chaines Gulli, Canal J, Tiji et June.

Philippe Alessandri, **producteur à Télé Images Productions**

Agé de 41 ans, Philippe Alessandri a travaillé pour Saban puis Marathon, avant d'intégrer Télé Images en 1998 en tant que responsable des programmes jeunesse. En 2005, il crée la filiale Télé Images Kids - rebaptisée Télé Images Productions en 2010 - qu'il dirige au sein du groupe Zodiak Média. Pour la télévision, il a produit plus d'une vingtaine de séries d'animation et de fiction parmi lesquelles *Foot2Rue, Atomic Betty, Adibou, Sally Bollywood, Les Voyages extraordinaires de Jules Verne* (7 d'or 2001)*, Chante*. Pour le cinéma, il a produit des longs-métrages d'animation, *Les Enfants de la pluie*, *La Reine soleil* et actuellement *Émilie Jolie*. Parallèlement, il est vice-président du syndicat des producteurs d'animation (SPFA), et administrateur du Conservatoire Européen d'Écriture Audiovisuelle (CEEA) qu'il a cofondé en 1996. Il enseigne la production audiovisuelle à Sciences Po.

David Alaux et Eric Tosti, auteurs réalisateurs et producteurs des *Nouvelles de la jungle*

Tous deux réalisent leurs premières animations à l'âge de 13 ans avec une caméra Super 8 mm. En 1999, ils écrivent et réalisent un premier court-métrage de 4 minutes en stop motion, *Mon copain ?,* qui gagne plusieurs prix en festivals et bénéficie de diffusions télévisées en France et à l'étranger. Après un deuxième court-métrage d'animation à succès, *Le Vœu*, ils commencent à travailler comme réalisateurs dans le domaine de la publicité (2D, stop motion, 3D…). En 2007, ils développent comme auteurs et réalisateurs leur premier projet pour la télévision (*Spike*, unitaire TV d'animation de 35 minutes en 3D). Ils écrivent et réalisent en parallèle *Au pays du Père Noël*, une série courte (24 x 1 min) reprenant les personnages de l'unitaire *Spike*. Ces deux programmes sont diffusés sur France 3 à Noël 2008. Ils développent ensuite, toujours comme auteurs-réalisateurs, *Des nouvelles*

de la jungle (unitaire de 52 minutes + série courte de 26 x 1 mn 30) pour France Télévisions. Ce programme est actuellement en cours de production. Par ailleurs, ils créent en 2000 la société TAT productions avec le producteur Jean-François Tosti. En 2007, la société ouvre un studio d'animation où se déroule la fabrication de leurs projets.

Stéphane Clerget, pédopsychiatre, auteur de l'ouvrage « I*ls n'ont d'yeux que pour elle » édité chez Fayard*

Le docteur Stéphane Clerget est psychiatre et pédopsychiatre. Il a mis en place à l'hôpital l'une des premières consultations d'aide à la parentalité. Spécialiste des adolescents, il a co-animé diverses émissions télévisées où il répondait directement à leurs questions ou à celles de leurs parents. Il est l'auteur de nombreux ouvrages sur la jeunesse et les familles. Il a été consultant psycho sur de nombreux programmes M6 et fait partie du comité d'experts d'Endemol Production France.

Bertrand Cohen, co auteur/réalisateur/producteur de *Foudre*

Après des études à Paris IX Dauphine et à l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences de l'Information et de la Communication (CELSA), Bertrand Cohen a intégré la direction marketing de TF1 en tant que chargé d'études en 1994. Il se dirige alors rapidement vers la production et va rester six ans au sein du même groupe entre AB Prod, JLA Productions et Hamster. Il produit trois séries (*Les Vacances de l'amour*, 110 x 52 mn pour TF1, *Le Groupe*, 68 x 26 mn pour France 2, *Noémie 20 ans*, 6 x 52 mn pour TF1). En 2002, Bertrand Cohen rejoint StudioExpand, où il exerce dans un premier temps pour la holding, puis pour Expand Drama et Adventure Line Productions. Tout en développant et assurant la direction littéraire de fiction, il écrit et produit *100 dangers, sans danger*, un programme court de prime pour TF1 (2003 et 2004). En 2004 Bertrand Cohen coécrit la bible et devient producteur exécutif de la série *Ma Terminale* (25 x 26mn, sur M6). Avec Stéphane Meunier, Terence Films voit le jour en 2005, Bertrand Cohen en devient le producteur et il fabrique pour 2P2L le film *2013 la fin du pétrole* (réalisé par Stéphane Meunier, avec Hippolyte Girardot), diffusé dans le cadre de l'émission politique *C'est déjà demain* sur Canal +. Depuis, Terence Films a produit quatre saisons de *Foudre*, une fiction familiale qui a reçu le prix du meilleur programme jeunesse au Festival de la Fiction TV de La Rochelle. Une cinquième saison de cette série est actuellement en cours de préparation. Sa diffusion est prévue sur France Télévisions pour l'été 2011. Terence Films a livré en 2008 *Fortunes*, un unitaire de 90mn pour Arte France et France Télévisions. Devant le grand succès d'audience, Arte a commandé dès 2009 la déclinaison du téléfilm en série de 8 x 52 mn, qui sera diffusée au cours du premier trimestre 2011. Terence

Films développe actuellement une fiction de prime time pour France Télévisions.

Eugénie Dard, auteur la série Foudre pour France Télévisions

Après des débuts dans le journalisme, Eugénie Dard découvre les séries jeunesses en travaillant sur un programme de marionnettes à visée didactique pour une production canadienne (*La nuit des citrouilles*). S'ensuit une longue collaboration avec Marathon Productions (*Sous le soleil*, *Les aventures du Marsupilami*, *Montre-moi ton école*, *Mon animal et moi*...) et depuis 2005 avec Terence Films pour, entre autres, *Foudre* (saisons 1 à 5).

Delphine Maury, coauteur des *Grandes grandes vacances*

Après des études apparemment bordéliques (DEUG de droit, licence d'histoire, maîtrise d'ethnologie, une année de médecine), Delphine Maury a conclu par un DESS d'édition et une école de journalisme. Depuis, elle a été assistante d'édition dans des encyclopédies, libraire, journaliste de presse enfant à romans (*J'aime lire* et *D Lire*), conceptrice de jeux, rédactrice pour la Communication. Il y a trois ans, elle s'est intéressée à l'écriture de scénario en lisant tous ceux que recevait Jamel Debbouze. Grâce à quelques toboggans, comme les séminaires de Robert McKee et John Truby (avec une préférence pour le second, plus organique et humain), une formation en direction littéraire au CEEA, elle a glissé dans la piscine de la direction d'écriture avec l'adaptation de la BD d'Emmanuel Guibert, *Ariol* pour TF1. Puis elle s'est mise à écrire : des bibles littéraires d'adaptation comme *Polo* (Bayard édition), ou *Pico Bogue* (Dargaud), et enfin *Les Grandes grandes vacances*, un projet développé actuellement avec Les Armateurs, Émile Bravo aux illustrations et Serge Elissalde à la réalisation pour France 3.

Pierre Siracusa

Après avoir été lecteur puis conseiller de programme adjoint à la fiction de France 2, Pierre Siracusa occupe le poste de conseiller de programme à la jeunesse de France 2 de 1996 à 1998. Par la suite, et jusqu'en 2008, il sera conseiller de programme à la jeunesse de France 3. Depuis novembre 2008, Pierre Siracusa est responsable du pôle animation 6-12 ans et famille de France Télévisions.

Olivier Vinuesa , auteur-réalisateur

Olivier Vinuesa est notamment auteur et réalisateur de trois courts métrages : *La Fabrique* (2003), *Mal de mer* (2005) et *Champs d'honneur* (2005). Il co-écrit avec Delphine Maury *Les Grandes Grandes Vacances*.