



LONDON CALLING

OEGE BOONSTRA

Oege Boonstra is internationaal media consultant en founding partner van management adviesbureau 3Rivers



Franse dynamiek

De laatste keer hier repte ik over de creatieve armoede in Duitsland. De output van onze oosterburen is in vergelijking met onze Britse westerburen schrikbarend laag. Maar hoe zit het eigenlijk ten zuiden van ons in de derde grootste televisiemarkt van Europa, Frankrijk? De Fransen laten zich altijd voorstaan op de *Exception Française* en de vraag is of in deze rijke televisiemarkt ook creatief sterker wordt gepresteerd.

Het Franse tv-landschap is altijd zeer interessant geweest voor omroepen en producenten. Een beperkt aantal free-to-air zenders en een rijke betaal tv-omgeving rondom het platform van Canal+ (met een ongekend aantal themazenders) verschaftte ook producenten een dik belegde boterham. Populaire hosts creëerden hun eigen ondernemingen die bij de ook al rijke omroepen prachtige deals kregen. Langzaam aan is hier de klad in gekomen. Tegenwoordig moeten producenten met iets lagere budgetten rekenen. Menig Nederlands producent zou echter nog steeds de vingers aflikken bij de begrotingen die broadcasters goedkeuren...

Te midden van al deze rijkdom heerst- het moet alweer worden gezegd- creatieve armoede. De geweldige traditie van de Franse cinema heeft zich niet vertaald in een florerende tvproductieomgeving. Sterker nog, ook Frankrijk is (net als Duitsland) een netto importeur van internationale formats. De focus van de Franse producenten op talkshows maakt ze lui: er wordt op televisie nergens zo veel geouwehoerd als in *la douce France*. Het is natuurlijk net iets eenvoudiger een paar gasten uit te nodigen dan eigen formats te ontwikkelen. Het tijd- en energie rovende creatieve handwerk, waar toppers als John de Mol zo enorm in uitblinken, is aan hen niet besteed.

Franse omroepen houden (net als de Duitse) ook niet van risico's, waardoor men liever bewezen buitenlandse

formats importeert. Producenten kiezen dan eieren voor hun geld en richten zich op de eerder genoemde talkshows, op de interne marktgerichte dramaproducties en het verfransen van buitenlandse formats. Het laatste succesvolle internationaal reizende format van Franse bodem is *Fort Boyard*, een van de eerste avonturen reality programma's ter wereld. Bedacht in... 1990! Maar ondanks deze creatieve armoede is dit jaar zwaar in de Franse productiesector geïnvesteerd. Een ongelooflijke hoeveelheid deals kwam tot stand in minder dan zes maanden. Houdt u zich



Er wordt op tv nergens zo veel geouwehoerd als in Frankrijk



vast: marktleider Lagardère Studios deed een aantal acquisities en groeide naar een omzet van een kleine € 200 miljoen. De eigenaren hebben de smaak te pakken gekregen en gaan additionele fondsen werven om in Europa andere bedrijven over te nemen. Nummer 2 Newen, opgezet door het private equity fonds van eigenaar Fabrice Larue, werd verkocht aan TF1. Fremantle kocht

dramaproductent Fontaram. En als klap op de vuurpijl komt in de nabije toekomst de fusie tot stand tussen de Banijay groep en Zodiak. Voormalig Endemol Frankrijk manager Stéphane Courbit, oprichter van Banijay, is de architect van deze opvallende transactie.

Vincent Bolleré, de eigenaar van Canal +, liet zich niet onbetuigd en nam gelijk een minderheidsaandeel in de nieuwe combinatie. Tenslotte zijn we bij 3Rivers ook nog bezig een aantal andere transacties tot stand te brengen.

Maar alle geweldige deals kunnen de zwakte van het Franse productiewezen niet verdoezelen. Geen fundamentele vernieuwing, een in zichzelf gekeerde creatieve sector, risico mijdende omroepen en weinig ondernemende producenten. Niet bepaald de cocktail die we in Nederland hebben gebrouwen, want met creatief ondernemen zit het bij ons wel goed. De Fransen lijken echter iets meer bij de pinken als het over de centjes gaat...

