

Les producteurs de pub tirent la sonnette d'alarme

Les indépendants pointent du doigt les pratiques des grands groupes intégrés.

Il faut bien voir que si les sociétés indépendantes disparaissent, c'est un extraordinaire vivier de métiers et de créativité qui est menacé à moyen terme

FRANÇOIS CHILOT,
PRÉSIDENT FONDATEUR
DE LA SOCIÉTÉ
DE PRODUCTION
LES PRODUCERS

ALEXANDRE DEBOUTÉ @axel_deb

PUBLICITÉ Le milieu de la production publicitaire est inquiet. Son syndicat le plus représentatif, l'Association des producteurs de films publicitaires (APFP), adresse une lettre ouverte à la profession, dans laquelle elle déplore la menace de « pratiques contestables de plus en plus fréquentes » sur l'écosystème « précaire » de la production de films publicitaires. Avec en ligne de mire les holdings WPP, Omnicom, Publicis, IPG, Dentsu et Havas.

« Nous travaillons avec tous les grands groupes, nous sommes main dans la main dans l'industrie, mais les crises successives dans le secteur depuis vingt ans ont conduit à des pratiques anticoncurrentielles, n'hésite pas à dire François Chilot, président fondateur de la société de production Les Producers. Les

groupes ont commencé par intégrer la postproduction, et maintenant ils sont en train de récupérer une part grandissante de la production de films sans valeur ajoutée créative. Or, c'est cette activité qui nous permet de faire des marges et de financer notamment le développement de nouveaux talents. »

La lettre de l'APFP ne manque pas de mentionner les « affaires » qui agitent l'industrie publicitaire mondiale depuis l'année dernière. Le département de la Justice américain a lancé une enquête en décembre, suspectant les grands groupes de malversations sur le marché de la production et de la postproduction publicitaire.

Les géants WPP, Omnicom ou Publicis ont été avertis de cette enquête, lancée à la suite de plaintes non identifiées. Elle pourrait mettre à jour des pratiques déloyales dont seraient victimes des sociétés

de production indépendantes. En janvier, les producteurs indépendants ont signé une lettre de doléances similaire, jugeant les pratiques actuelles destructrices pour l'écosystème de la production. Comme eux, l'APFP demande aux groupes intégrés de respecter les « règles et les lois relatives à ce secteur et notamment les normes sanctionnant les accords anticoncurrentiels et les abus de position dominante ».

Juge et partie

« Il faut bien voir que si les sociétés indépendantes disparaissent, c'est un extraordinaire vivier de métiers et de créativité qui est menacé à moyen terme, souligne François Chilot, qui consacre aujourd'hui beaucoup de son temps à promouvoir les jeunes talents internationaux en organisant chaque année à Cannes les Young Directors Awards, en marge

du festival. Les producteurs de films publicitaires indépendants ne sont pas de simples intermédiaires mais sont des maisons de production au sens noble du terme : nous dénichons de nouveaux talents, développons et accompagnons nos réalisateurs tout au long de leurs carrières. Nous prenons tous les risques. »

Dans sa lettre, l'association des producteurs affirme par ailleurs son « opposition à un système dans lequel les agences deviennent juge et partie lors de certaines compétitions et perdent donc toute l'impartialité nécessaire au bon fonctionnement de notre secteur ». En privilégiant leur production intégrée dans le cadre d'appels d'offres faits pour le compte de leurs clients annonceurs, les agences ne joueraient pas le jeu de la concurrence. Principalement pour gonfler leurs résultats, mais au détriment de tout un pan de l'économie de la publicité. ■