

Alex Berger et Emmanuelle Bouilhaguet (TOP-The Originals Productions) :

« Nous entamons la version 3.0 de TOP. »

Une nouvelle ère démarre pour la société d'Alex Berger, TOP-The Oligarchs. Après le départ d'Eric Rochant fin 2021 et la suspension de la production du *Bureau des légendes*, l'entreprise a entamé un virage stratégique avec l'arrivée d'Emmanuelle Bouilhaguet comme directrice générale : changement de nom (TOP-The Originals), de signature et de stratégie, avec l'ambition de diversifier les marques, mais toujours en positionnant l'écriture au centre du processus de création.

Satellifacts Magazine : Quinze ans après sa création, TOP-The Oligarchs Productions change de nom et s'appelle désormais TOP-The Originals Productions, avec la signature « Original Content for Original People ». Expliquez-nous les raisons de cette évolution.

Alex Berger : Le nom de notre projet fondateur, The Oligarchs Productions, devient qui nous sommes aujourd'hui, c'est-à-dire The Originals Productions. Avec ce changement de nom, nous entamons la version 3.0 de la société.

Emmanuelle Bouilhaguet : La nouvelle ère de TOP signe l'ouverture de la société à d'autres projets de séries. TOP-The Originals Productions passe d'une stratégie de création monoproduit et monodiffuseur à une pluralité de projets pour de multiples diffuseurs. Depuis deux ans, la société investit beaucoup en développement de séries, avec ou sans diffuseur, mais aussi dans la structure, en réorganisant ses équipes. Aujourd'hui, nous avons une douzaine de séries en développement, dont trois conventions signées avec des diffuseurs et plateformes. Par ailleurs, la signature TOP-The Originals se décline sur toutes les autres filiales du groupe : The Originals Editions, The Originals Digital, The Originals Music et The Originals of America. Nous avons également légèrement fait évoluer le logo.

Que gardez-vous des V1 et V2 de TOP ?

AB : A la création de la société, en 2008, la première version de TOP-The Oligarchs était basée sur un projet de série, *The Oligarchs*, élaboré par Eric Rochant et moi-même, et qui avait pour ■ ■ ■



Alex Berger, 60 ans, a travaillé au sein du groupe Canal+ de 1994 à septembre 2000, après de premières incursions dans la production indépendante. Retrouvez sa biographie Satellifacts en ligne. Photo © Crédits

■■■ ambition d'adapter un système d'écriture américain à la régulation française. Nous voulions importer un système américain performant à deux composantes essentielles : un concept fort qui permet de prendre des risques et de bien financer les productions, et un process qui met l'écriture au centre de la production et du tournage. Mais personne n'était prêt, en France, à adopter et généraliser le modèle d'atelier d'écriture anglo-saxon, permettant de produire 12 à 24 épisodes par an. La V1 de TOP était l'héritage d'un monde cinématographique centré sur l'auteur-réalisateur, un monde dans lequel la série était considérée comme un art mineur. Nous n'avons pas réussi, à l'époque, à convaincre les diffuseurs, sauf à coproduire avec les Américains et perdre nos droits, ce que nous ne voulions pas.

« TOP détient aujourd'hui la moitié de la marque *Le Bureau des légendes* et 55 % des revenus de la série. »

Quand arrive la V2 de TOP-The Oligarchs ?

AB : Un jour de 2013 qui va marquer la V2 de TOP, Eric Rochant me pitchen

Le Bureau des légendes. Nous étions tous les deux fascinés par le thème de l'espionnage et son côté romantique. Eric a eu l'intelligence de placer la série au niveau de l'humain, c'est-à-dire de raconter la vie de gens ordinaires qui font un métier extraordinaire. Fort de ce que nous avons appris aux Etats-Unis, nous présentons la série à Canal+ et lui vendons immédiatement le concept. Mais la chaîne était plus réticente sur le process d'écriture, dont elle savait que son développement et son application allaient coûter cher. Avec Eric, nous avons alors approché Pascal Breton, qui montait Federation Entertainment. Il nous a permis de financer la totalité du développement du projet, soit 1 million d'euros dans le développement et 1 M€ dans la gestion du process et, ainsi, de garder tous les mandats de ce qui allait devenir la marque forte de TOP. L'intelligence de Pascal Breton a été de limiter le rôle de Canal+ à son cœur de métier, c'est-à-dire diffuseur et recruteur d'abonnés. TOP et Federation contrôlaient l'IP (la propriété intellectuelle), la production et la vente, tandis que Canal+, en apportant 67 % du budget total de la série, s'occupait de la marque, avec l'objectif de la faire grandir. TOP détient aujourd'hui la moitié de la marque *Le Bureau des légendes*, le reste appartenant à Federation. Sans Federation et Pascal Breton, *Le Bureau*



Emmanuelle Bouilhaguet, 48 ans, a travaillé chez Marathon International avant de prendre la tête de Lagardère Studios Distribution. Retrouvez sa biographie [Satellifacts en ligne](#). Photo © Christine Ledroit-Perrin

des légendes n'existerait sans doute pas.

En quoi le processus d'écriture du *Bureau des légendes* était-il vraiment novateur ?

AB : Il donnait à l'écriture et aux auteurs un rôle central dans la production. L'écriture est le centre de gravité de toutes les productions maison. Chez TOP, les auteurs ont le temps d'écrire, de développer, sont responsabilisés et au courant de tout. La responsabilisation des auteurs est fondamentale pour la qualité des productions. Dans chaque projet, il faut une vision forte et un cap, et c'est l'écriture qui maintient cette vision et ce cap.

« J'aime à dire que TOP est un Hermès de l'audiovisuel. »

Quelle est la valeur ajoutée de TOP-The Originals ?

AB : TOP est une société centrée sur les auteurs et les écrits qui s'appuie sur quatre piliers : la création et l'innovation ; le processus d'écriture rigoureux et quasi militaire, adapté à chaque production ; l'exécution qui définit la valeur, la qualité et l'ambition du produit ; et enfin, la gestion de la ■■■■

Les nouveaux projets du groupe

The Originals Productions

– *Chercheurs d'or* (6 x 52'). Minisérie historique en développement pour Arte créée par Tarek Haoudy et développée avec le scénariste Nacim Mehtar sur un scandale d'Etat français des années 1970, l'affaire des avions renifleurs d'Elf Aquitaine. Mise en production fin 2023.

– *Hormones* (6 x 52'). Série traitant du profond changement sociétal à la suite de la découverte de la pilule contraceptive en 1936, écrite par Noé Debré et Joachim Schnerf. Coproduction avec Moonshaker Films.

– *La Cyberie* (8 x 52'). Série écrite par Julien Messemaekers sur le monde cyber à travers une vraie unité de défense et d'attaque cyber qui travaille pour le compte du renseignement en France.

The Originals Digital

– *Scénaristes en séries* (10 x 4'). Série de podcasts qui met en valeur le métier de scénariste et dans laquelle les scénaristes s'expriment et rendent palpable leur métier. Série financée par le CNC, l'Afdas, le CNPEF et la Cité européenne des scénaristes.



La salle de crise du Bureau des légendes a été reprise dans plusieurs des déclinaisons autour de la marque : une exposition à la Cité des sciences et un escape game.
Photo © Xavier Lahache, TOP-The Oligarchs Productions, Canal+

■■■ marque. Le tout en restant un artisan haut de gamme. J'aime à dire que TOP est un Hermès de l'audiovisuel. Mon métier est de créer, structurer et projeter une idée qui devient une marque à engagement émotionnel.

« Avec Eric, nous nous sommes séparés bons amis, même si un divorce reste un divorce. »

Ce virage stratégique signe-t-il la fin du duo que vous formiez avec Eric Rochant ?

AB : Eric est un auteur-réalisateur libre. A la fin du *Bureau des légendes*, il a voulu tenter l'expérience américaine. Il a créé fin 2021 sa propre structure, Maui Entertainment, pour y développer un projet de série pour Disney+, *Tout va bien*, en production avec Federation Studios. Il m'a revendu ses parts et aujourd'hui je détiens 100 % du capital

de TOP. Nous nous sommes séparés bons amis, même si un divorce reste un divorce. Pour autant, nous avons encore quelques projets communs, notamment *The Oligarchs* qui revient épisodiquement, soit par les USA, soit par la France. Mais chacun vit sa vie.

Que devient Le Bureau des légendes depuis l'arrêt de sa production en 2020 ? Quid d'une saison 6 un temps évoquée ?

AB : Eric Rochant a consacré sept ans de sa vie au *Bureau des légendes* avec une exigence de tous les instants. Quand il a décidé de la quitter pour vivre une autre aventure, nous nous sommes évidemment posé la question de la suite. Nous allons la faire. Ce sera une suite ou un spin-off, une série qui se déroulera dans l'environnement de la DGSE. Nous sommes en train de chercher un nouveau cadre, de nouveaux angles d'attaque et, pourquoi pas, de nouveaux personnages. Le développement de ce projet se fait avec Federation Studios. Nous sommes entre deux temporalités,

celle d'Eric Rochant et celle de la nouvelle équipe d'auteurs français et étrangers qui sera dirigée par un nouveau showrunner français. Depuis 2020, nous avons travaillé avec plusieurs auteurs. Nous sommes en train de réinventer la marque sans Eric Rochant, mais dans la continuité de ce qu'il a créé.

N'avez-vous jamais envisagé l'arrêt pur et simple de la série ?

AB : L'arène du renseignement m'intéresse beaucoup et l'envie du public pour ce monde-là est toujours considérable. En plus, dans cet univers du renseignement, il y a mille angles possibles et les thématiques abordées dans les cinq premières saisons donnent des voies à une suite. Entre 2013 et 2023, le monde du renseignement a également beaucoup évolué. La géopolitique a changé, les conflits ne sont pas les mêmes, le poids du cyber est radicalement différent. Par ailleurs, *Le Bureau des légendes* a ceci de particulier que c'est une marque internationale, encore incroyablement puissante, vendue dans ■■■

■ ■ ■ 116 pays. La marque est également devenue un infomédiaire dans le monde du renseignement.

EB : Nombre d'exploitations additionnelles permettent d'étendre la visibilité de la marque. En 2021 et 2022, un atlas du renseignement, des livres jeunesse et un jeu de plateau ont été édités avec Editis. Il y a également eu une exposition à La Cité des sciences, ainsi qu'un escape game, dont la licence a été renouvelée jusqu'en 2026. Notre ambition aujourd'hui est de pérenniser la franchise.

La suite est-elle signée avec Canal+ ?

AB : Non, la série n'est pas encore en convention de développement avec Canal+. Au mieux, elle arrivera à l'antenne en 2025.

« Nous avons souvent discuté avec Pascal Breton, mais nous n'avons pas encore trouvé de terrain d'entente, notamment sur la valorisation de TOP. »

Où en êtes-vous de la vente du format à l'étranger ?

AB : Un remake est en cours avec les Américains, mais je ne peux malheureusement pas en dire plus pour le moment. Nous avons également des projets d'adaptations en Allemagne, en Corée du Sud et en Grande-Bretagne.

TOP est encore une société indépendante. N'avez-vous jamais envisagé de rejoindre un groupe ?

AB : Nous avons souvent discuté avec Pascal Breton, mais nous n'avons pas encore trouvé de terrain d'entente, notamment sur la valorisation de TOP. TOP a également été approchée par des fonds américains et encore aujourd'hui, la société est plus sollicitée par les Américains que par les Français. Avec Emmanuelle, je veux prendre le temps de réfléchir à l'avenir de l'entreprise. Je ne suis pas demandeur car j'ai des projets, du cash et des perspectives. Mais je suis honoré d'être courtisé. Jusqu'ici, avec Eric, nous étions focalisés sur notre artisanat haut de gamme et notre petite

boutique, en créant nos propres opportunités. Désormais, nous vivons la V3 de TOP, ce temps de la transition entre le monoproduit *Bureau des légendes* et la création d'actifs nouveaux.

Et donc, est-il temps de trouver un partenaire ?

AB : C'est potentiellement le moment de trouver un partenaire qui pérennise et valorise notre ambition et qui soit en ligne avec notre idée de la différence. Je veux une vision commune. J'ai besoin que TOP reste un label de qualité et d'exigence. J'ai l'obsession de cette exigence et de cette manière de faire. La télévision est un métier d'art.

« J'ai besoin de garder au minimum 50 % des actifs pour être un partenaire engagé. »

Quel est votre idéal ?

AB : Mon idéal est d'avoir suffisamment d'argent pour permettre une stratégie d'augmentation des actifs, tout en restant libre et en ayant la capacité de dire non. J'ai besoin de garder au minimum 50 % des actifs pour être un partenaire engagé. D'ailleurs, en général, les sociétés de production françaises devraient

garder les actifs qu'elles créent. C'est la clé de la politique française de l'exception culturelle. Les plateformes américaines sont en train de prendre un poids considérable en France. Il est primordial de se mettre d'accord sur un cadre bénéfique pour tous, auteurs, réalisateurs, comédiens, techniciens, producteurs et jusqu'aux diffuseurs, au sein de l'exception culturelle. Le chantier est urgent. Nous avons cinq ans de retard sur les Américains. Soyons cohérents plutôt qu'opportunistes. Nous devons protéger l'audiovisuel français comme nous protégeons le milieu de la mode. Je suis peut-être né aux Etats-Unis, mais je suis patriote et en faveur de l'exception culturelle.

Le Bureau des légendes était révolutionnaire dans sa manière d'être produite et écrite. Quelle est l'innovation à creuser aujourd'hui ?

AB : Elle se place dans la part de risque que les producteurs et diffuseurs devraient prendre pour penser et voir plus grand. Les publics – et non pas le public – malins et intelligents demandent à être surpris. Le « pourquoi pas ? » devrait donner des ailes, d'autant qu'en France, nous avons tous les talents pour y répondre. ■

Propos recueillis par Carole Villevet



Léa Drucker et Florence Loiret-Caille dans *Le Bureau des légendes*.
Photo © Xavier Lahache, TOP-The Oligarchs Productions, Canal+