

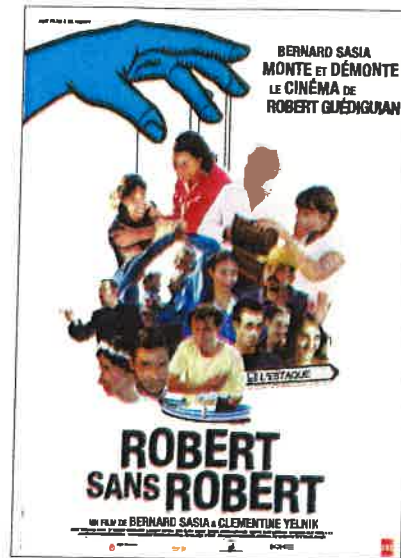
ZED VOIT GRAND

Désormais présente en audiovisuel et en cinéma, la société présidée par Manuel Catteau poursuit sa croissance et finalise des discussions pour distribuer le catalogue documentaire de TF1 International. ■ EMMANUELLE MIQUET

ZED, la société de production et de distribution créée par un trio inchangé depuis 17 ans (Manuel Catteau, Jean Queyrat et Jérôme Ségur) pourrait bien atteindre avant l'heure l'un de ses objectifs: "Devenir la major de l'exportation de documentaires dans le monde" d'ici deux à trois ans, selon son président, Manuel Catteau. À la veille du Mipcom, celui-ci finalisait en effet des discussions pour reprendre le catalogue documentaire de TF1 International dont plusieurs programmes seront mis en avant dès la semaine prochaine, à Cannes (cf. p. 22 à 24), comme, par exemple, *Sur les routes d'Ushuaia* (52x26 min), les prime-time *d'Ushuaia Nature*, *Eva Braun dans l'intimité d'Hitler* d'Isabelle Clarke et Daniel Costelle (CC&C, TF1), ou encore le long métrage *La citadelle assiégée* de Philippe Calderon (Les Films du Rêve). Ce sont ainsi 100 heures qui s'ajouteront aux 600 déjà dans le catalogue de ZED, représentant actuellement quelque 35 producteurs français et étrangers auxquels la société offre toute la palette de ses compétences. Outre la prise de mandats, elle investit de plus en plus en amont via des minimums garantis dont le montant s'élève à 1 M€ depuis le début de l'année, soit deux fois plus que l'investissement réalisé sur la totalité de l'exercice 2012. Les œuvres choisies – *L'anéantissement* de William Karel et Blanche Finger, (8x52 min, Zadig Prod., France 2) sur la destruction des Juifs d'Europe, ou *Sacrifice* d'Isabelle Clarke, Daniel Costelle et Frédéric Lumière (2x45 min, CC&C, TF1) autour des 100 jours du Débarquement à la Libération de Paris – témoignent dans le même temps de l'ouverture éditoriale de ZED originellement dédiée au "documentaire découverte, nature, science et aventure haut de gamme", d'ailleurs résumé dans les trois lettres de son nom, Zoo Ethnological Documentaries.

UN VIRAGE OPÉRÉ DANS TOUS LES GENRES ET SUR TOUS LES SUPPORTS

Car c'est un virage plus global que la structure a opéré, il y a trois ans. Soutenue par l'arrivée d'un quatrième actionnaire, la société Entrepreneur Venture qui détient 15% aux côtés du trio fondateur, ZED a misé sur "le déploiement d'activités périphériques à [son] métier de base", pour devenir un "créateur et un gestionnaire de contenus pour tous les supports". Une mutation qui l'a fait changer de catégorie puisque, sur ce laps de temps, son effectif a plus que doublé, à 25 permanents, et qu'en 2013 son CA a bondi de 33% en un an et de 100% en deux ans (cf. chiffres clés). Conséquence de ce développement, dans le domaine de la production, parallèlement au documentaire de création, elle a élargi le spectre au reportage (un récent 90 min pour *Zone interdite* sur le handicap), avec "l'ambition de creuser le sillon d'agence de presse" d'où la constitution d'une



© Robert sans Robert, douzième film distribué par ZED depuis son arrivée dans le secteur.

Chiffres clés

CA 2013: 8 M€ (+33%)
dont 43% issus de l'activité production
51% de la distribution (parmi lesquels 10% proviennent du cinéma)
6% de l'édition

rédaction en interne, et au magazine (les collections *Face au danger* et *Face à l'étrange*, sur Virgin 17). Dans ce genre, un projet sur les légendes urbaines est en développement pour W9, tandis qu'en matière de nouvelles écritures, ZED travaille sur une série "de comédie documentaire", *Les mâles aimés* (6x52 min) sur ce que c'est que d'être un homme entre 35 ans et 45 ans. Le projet bénéficie de

l'intérêt de plusieurs diffuseurs, selon Manuel Catteau. Ce déploiement a également emmené la société sur le terrain du cinéma, en production (*Himalaya, le chemin du ciel*, *La nuit nomade...*), mais aussi en distribution où cohabitent longs métrages de fiction (deux tiers de ses sorties) et documentaires. Alors que son douzième film, *Robert sans Robert* de Bernard Sasia et Clémentine Yelnik, est dans les salles depuis mercredi, ZED estime avoir assis son positionnement éditorial – des films d'auteur français et étrangers –

confirmé par le line-up 2014. Celui-ci devrait comprendre cinq longs, vitesse de croisière de la société, pour des sorties entre 20 et 50 copies, parmi lesquels figurent *Braddock America* de Jean-Loïc Portron et Gabriella Kessler, présenté par l'Acid au dernier Festival de Cannes, ou *In the Name of* signé Małgośka Szumowska. Enfin, le dernier axe sur lequel ZED va "mettre un coup de booster" concerne l'édition de contenus pour tous les nouveaux supports, qu'il s'agisse de DVD (dix titres depuis janvier), de VdD, ou de SVdD. La société est ainsi fournisseur et agrégateur de contenus de la chaîne Disneynature TV accessible sur la TV d'Orange et celle de SFR où elle cumule environ 560 000 abonnés un an et demi après son lancement. ❖