

Boulogne, le 27 mars 2019

Accord entre TF1 & Netflix autour de la série événement « Le Bazar de la Charité »



TF1 & Netflix ont conclu un accord de partenariat inédit, initié par TF1 Studio, autour de la production de la série événement « Le Bazar de la Charité »

Paris et Beverly Hills (Californie) – 26 mars 2019 : TF1, première chaîne privée européenne & Netflix, le leader mondial du divertissement en ligne annoncent la conclusion d'un accord de partenariat autour du préfinancement de la série événement « Le Bazar de la Charité », une coproduction de Quad Télévision et TF1.

La série événement de 8x52 minutes écrite par Catherine Ramberg et Karine Spreuzkouski, réalisée par Alexandre Laurent (*La Mante, Le Secret d'Elise*) portée par Audrey Fleurot (*Engrenages, Intouchables...*), Julie De Bona (*Le Tueur du Lac, Le Secret d'Elise*) et Camille Lou (*Les bracelets rouges, Jusqu'ici tout va bien...*) nous emmène à Paris, en Novembre 1897. Un incendie dévastateur détruit en quelques minutes le Bazar de la Charité, l'édifice abritant une manifestation caritative très courue, faisant plus de 130 morts ; essentiellement des femmes de la haute société et leur personnel.

Trois femmes, Adrienne De Lenverpre¹, Alice De Jeansin², et sa bonne Rose Rivière³ voient leurs destins bouleversés. Usurpation d'identité, amours interdites, changement radical de vie, trahison, émancipation, le Bazar de la Charité nous plonge dans la société parisienne de la fin du 19e siècle, en suivant le destin romanesque de ses trois héroïnes porté par un casting prestigieux : Josiane Balasko (L'actrice aux deux Césars), Antoine Duléry, Florence Pernel, Gilbert Melki, Stéphane Guillon, Aurélien Wiik (Récompensé aux Molière), Théo Fernandez, Victor Meutelet, François-David Cardonnel.

La superproduction aura nécessité cinq mois de tournage, 3000 figurants, 1500 costumes, une centaine de calèches et de fiacres, 185 techniciens et 150 jours de préparation. Cette série ambitieuse et résolument moderne sera diffusée sur TF1 au cours du second semestre 2019.

¹ Audrey Fleurot

² Camille Lou

³ Julie De Bona

Premier partenariat de cette importance entre Netflix et un diffuseur français, cet accord initié par TF1 Studio, distributeur de la série pour le compte de Quad Télévision, permettra à Netflix de bénéficier pour une durée de quatre ans de l'exclusivité SVOD monde. Les droits seront disponibles pour Netflix en France à compter du huitième jour après la première diffusion du dernier épisode de la série sur TF1 et au plus tôt le lendemain de la première diffusion sur TF1 du dernier épisode pour le reste du monde. Les droits linéaires du groupe TF1 sont inchangés.

Cette collaboration inédite autour d'une série événement souligne la permanence de l'ambition de TF1 pour la création française. Premier partenaire privé de la fiction française, TF1 détient 42 des 50 meilleures audiences de la fiction en 2018 et déjà les deux premières avec les *Bracelets rouges* et *Infidèle* en 2019.⁴



A propos de cet accord, Ara Aprikian, Directeur Général aux contenus du Groupe TF1 déclare :

« Pour la première fois Netflix intervient en préfinancement d'une série originale initiée par TF1 et la société de production Quad Télévision. L'union de TF1 et de Netflix traduit l'ambition autour du Bazar de la Charité, une superproduction historique française résolument moderne. Après les expériences qu'ont été l'acquisition par Netflix d'Une Chance de trop, première adaptation mondiale en série d'un roman d'Harlan Coben, et de notre création originale « La Mante » interprétée par Carole Bouquet, saluée par la critique internationale et déjà réalisée par Alexandre Laurent, ce partenariat autour du « Bazar de la Charité » marque une nouvelle étape entre TF1 et le service de SVOD. Cela traduit notre volonté de pouvoir investir plus fortement dans une fiction française de qualité internationale. Cela pose le cadre d'un meilleur partage des risques, des droits et de la valeur entre tous les partenaires de co-financement. »

Ted Sarandos, Directeur général des contenus de Netflix, commente : *« Nous sommes heureux de cette nouvelle collaboration avec TF1 qui nous permet de continuer à offrir une exposition mondiale à la création française ambitieuse et de qualité. Cet accord atypique en amont démontre que nous pouvons trouver des systèmes ingénieux de financement pour faire briller l'excellence française tout en ravissant nos membres dans 190 pays. »*

Iris Bucher, PDG de Quad Télévision et Productrice de la série déclare : *« Le Bazar de la Charité est un des projets les plus ambitieux de la fiction française de ces dix dernières années. Ce partenariat va donner un coup de projecteur international à une création nationale avec Paris comme écrin. Je suis très heureuse que cette association permette une exposition hors norme à un projet qui l'est tout autant. L'engouement de TF1 et de Netflix est une chance pour les acteurs, les scénaristes, les techniciens et le réalisateur Alexandre Laurent ainsi que pour l'ensemble du secteur. »*

A propos du groupe TF1

Le groupe TF1 est le groupe audiovisuel privé leader de la télévision en France avec cinq chaînes en clair (TF1, TMC, TFX, TF1 SERIES FILMS et LCI) et des chaînes thématiques sur la télévision payante (TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV et Serieclub - détenue à 50 %). Le groupe TF1 développe une déclinaison digitale performante de ses programmes sur MYTF1 et des offres de vidéo à la demande avec MYTF1VOD et TFOU MAX.

Le groupe TF1 est présent dans la production et la distribution de contenus notamment via Newen dont le principal objectif est d'accélérer le déploiement de la production et de la distribution au niveau international.

⁴ Infidèle (6,1m) – Les Bracelets Rouges (6,4m)

Le groupe TF1 s'est renforcé dans le digital avec notamment l'acquisition du groupe aufeminin en avril 2018 qui a conduit à la constitution de son pôle digital Unify qui rassemble des marques reconnues (Marmiton, My Little Paris, Doctissimo, etc.) et autour desquelles s'engagent des communautés fortes.

Le groupe TF1 a ainsi enrichi son offre et sa capacité à toucher tous les publics, notamment les femmes et les millenials, au travers de thématiques fédératrices et complémentaires.

Le groupe TF1 propose une large palette d'activités dans des domaines clés du divertissement et des loisirs avec TF1 Entertainment (jeux de sociétés, production musicale et spectacles, licences et édition), le cinéma avec TF1 Films Production et TF1 Studio.

Le groupe TF1 est aujourd'hui présent dans 10 pays et compte 3 135 collaborateurs.

Le groupe TF1 est coté à la bourse de Paris (Euronext Paris : ISIN FR0000054900).

A propos de Netflix

Avec 139 millions d'utilisateurs payants dans plus de 190 pays profitant de séries, documentaires et films dans une multitude de genres et de langues, Netflix est le leader mondial du divertissement en ligne. Grâce à un forfait sans engagement, les abonnés Netflix bénéficient d'un accès illimité aux programmes, où et quand ils le souhaitent, sur les écrans connectés. L'utilisateur peut regarder, suspendre et reprendre la lecture de ses programmes à tout moment, sans aucune publicité.

GROUPE TF1

DIRECTION DE LA COMMUNICATION – Maylis CARCABAL - mcarcabal@tf1.fr - 01 41 41 49 23

COMMUNICATION CORPORATE – Coline PECHERE - cpechere@tf1.fr - 01 41 41 34 88

@GroupeTF1

