

Quand la Croisette devient le rendez-vous incontournable de la planète télé : Eva Longoria et l'intelligence artificielle en tête d'affiche

Le Mipcom met en avant l'intelligence artificielle et la Chine

Eva Longoria, [la Chine](#) ou encore [l'intelligence artificielle \(IA\)](#) seront dès ce lundi à l'honneur du Mipcom, le plus grand marché international de contenus audiovisuels organisé en grande pompe à [Cannes](#), dans le sud-est de la France, et malgré la lourde actualité géopolitique qui pèse sur sa programmation.

Plus de 11.000 participants issus d'une centaine de pays sont attendus jusqu'à jeudi sur la Croisette pour cette 39e édition, précédée samedi et dimanche du Mipjunior, concentré sur les programmes jeunesse, selon son organisateur RX France.

La Chine est arrivée en grande pompe, la Russie absente

Invitée d'honneur, comme en 2018, la Chine y vient en force, dépêchant plus de 300 représentants et près de 40 sociétés, soit la plus grosse présence du pays depuis 2019, avant la

crise du Covid-19. Et, ce, malgré la censure qui sévit dans ce pays et les accusations d'influence voire d'espionnage visant Pékin et l'application TikTok du géant ByteDance. « On est un marché international commercial, où on permet aux différentes sociétés qui représentent tous les pays, d'être présentes », a commenté en septembre la directrice du Mipcom, Lucy Smith, interrogée sur les critiques que pourrait susciter le choix de la Chine. « C'est quand même le deuxième plus gros marché au niveau de la production télévisuelle » derrière les Etats-Unis, a-t-elle fait valoir.

Comme en 2022, à la suite de l'invasion de l'Ukraine, la Russie n'est pas représentée à cette grand-messe de la télé, par ailleurs privée en grande partie de célébrités américaines, grève des acteurs à Hollywood oblige.

Sean Penn décline « à la lumière de la situation actuelle en Israël »

L'événement est en outre rattrapé par le [conflit entre Israël et le Hamas](#), le Mipcom n'étant pas en mesure de dire combien des 70 délégués israéliens accrédités pourront venir, a expliqué un porte-parole.

Sean Penn (producteur exécutif et acteur de la série satirique australienne *C*A*U*G*H*T*, sur des soldats australiens confondus avec des Américains et kidnappés lors d'une opération secrète dans un pays en guerre) a lui annulé sa venue sur la Côte d'Azur « à la lumière de la situation actuelle en Israël », selon un communiqué du producteur Fremantle.

Le Mipcom aura quand même son lot de glamour. La star de *Desperate Housewives*, Eva Longoria, donnera une conférence aux côtés d'un dirigeant de Banijay, numéro un mondial de la production indépendante de programmes audiovisuels. Et Miguel Bernardeau, révélé dans *Elite*, devait fouler le tapis rouge

pour l'avant-première dimanche de la série espagnole *Zorro*.

L'intelligence artificielle au cœur d'un nouveau « sommet »

Côté industrie, le vice-président du géant chinois de la technologie Tencent, Zhonghuai Sun, interviendra lors d'une conférence. Idem pour le PDG du conglomerat américain Paramount, Bob Bakish, sacré « personnalité de l'année », ou encore pour le patron de Canal+ Maxime Saada, récompensé d'un prix du magazine américain *Variety*. Très discuté l'année dernière, l'essor de la FAST TV (« Free ad supported TV »), c'est-à-dire des chaînes gratuites diffusées en ligne et financées par la publicité, promet encore d'animer les discussions.

Tout comme l'intelligence artificielle, au cœur d'un nouveau « sommet » destiné à faire « de la prospection sur ce qui peut arriver, les risques et le manque de régulation », précise Lucy Smith. L'IA sera d'ailleurs la star d'une nouvelle série de l'Alliance européenne (France Télévisions et ZDF), *Concordia*, au menu des projections, comme la fiction ukrainienne *In her car*, située au début de l'invasion russe de février 2022.

Plus généralement, le Mipcom permettra d'évaluer l'ampleur de la « gueule de bois » vécue par le secteur, alors que les plateformes de streaming serrent les cordons de la bourse après des années d'essor, selon Bertrand Villegas, de l'institut de veille The Wit. « Gel des commandes », « marché publicitaire dramatique » et fragmentation des audiences ne favorisent pas la créativité et « les prises de risques », constate-t-il. La concurrence est d'autant plus rude que le « temps passé à regarder de la vidéo » a diminué en un an, tandis que YouTube est de plus en plus visionné directement sur les téléviseurs, ajoute Philippe Bailly, directeur-fondateur du cabinet NPA conseil, qui prédit une

intensification de la guerre des téléconnectées.