



# BACHELOR PRODUCTEUR

DEUXIÈME ANNÉE



# ASSISTANT DE PRODUCTION

2023-2024

# SOMMAIRE



Le CEFPF en quelques mots .....	PAGES 4-5
Nos engagements .....	PAGES 6-9
Condiissions d'admissions (Apprentissage ou Formation initiale) .....	PAGES 10-13
L'assistant de production .....	PAGES 14-23
Objectifs et Modalités de mise en oeuvre .....	PAGE 24
Calendrier .....	PAGE 25
Programme détaillé .....	PAGES 26-45
Conditions générales de vente .....	PAGE 46

**LE CEFPF  
EN QUELQUES MOTS**



LE CEFPF

## 30 ANS DE FORMATION AUX MÉTIERS DE L'AUDIOVISUEL

### La démarche du CEFPF : un projet pédagogique à caractère professionnel et une exigence de qualité

Créé en décembre 1992, le CEFPF a été l'initiateur de stages de formation destinés à répondre aux besoins des professionnels du secteur cinématographique et audiovisuel, souhaitant développer ou actualiser leurs connaissances en matière de production de films.

**Plus de 10 000 professionnels du film, intermittents du spectacle ou salariés permanents des sociétés de production et de diffusion ont, jusqu'à présent, participé à ces formations**

Depuis 1996, le CEFPF a également bénéficié de la participation des Plans Media de l'Union Européenne et du soutien du Conseil Régional d'Ile-de-France.

Tous les intervenants sont des professionnels en activité.

Les cours sont organisés de façon à permettre l'alternance entre la transmission des connaissances théoriques et la validation des acquis par des cas pratiques.

Pour les salariés issus d'autres secteurs d'activité que le cinéma et l'audiovisuel, le CEFPF propose également depuis 1995 des formations de reconversion.

Notre pédagogie est fondée sur un objectif prioritaire : offrir un accompagnement personnalisé pour la réussite de votre projet professionnel.

## CENTRE PRIVÉ EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

-

### CEFPF CINÉMA SCHOOL

55, rue Etienne Marey 75020 PARIS

Tél. : 01 53 39 10 70

Fax : 01 40 30 41 69

[www.cefpf.com](http://www.cefpf.com)

[info@cefpf.com](mailto:info@cefpf.com)

# NOS ENGAGEMENTS

# NOTRE OBJECTIF : VOUS AIDER A VOUS INSÉRER DURABLEMENT DANS LE SECTEUR

## Un réseau professionnel en constante évolution

Chaque année, le CEFPP forme plus de 250 salariés audiovisuels disposés à soutenir des étudiants pour leur insertion professionnelle.

## Une pédagogie adaptée aux besoins et niveaux de chacun

- Chaque année vise à l'obtention d'un certificat reconnu par l'Etat.
- Le CEFPP accompagne tous ses étudiants et les aide à acquérir les compétences nécessaires pour se professionnaliser.

## Des formations orientées «métier»

- De nombreux intervenants en activité partagent leurs expériences et leur savoir-faire.
- À partir de cas réels de production, des formateurs qualifiés et renommés dans leur discipline animent des travaux pratiques en atelier.

## Une insertion professionnelle durable et évolutive

- Des Ateliers adaptés aux besoins des étudiants.  
Tout au long du cursus, des ateliers en petits groupes sont organisés encadrés par une équipe pédagogique dynamique, à l'écoute des besoins des étudiants et en veille des attentes du secteur.
- Aide à l'élaboration de son CV, soutien pour rechercher un stage, méthode de documentation, rédaction de la lettre de motivation, entraînement à l'oral.
- Un suivi personnalisé qui tient compte du rythme et des objectifs de chacun.  
Un coaching personnalisé permet de mettre l'apprenant en situation réel de recherche d'emploi/ entretien face à un recruteur.
- Rencontre de professionnels  
Tous les mois, une soirée « Speed Dating Pro » en présence de professionnels en activité permet d'étendre son réseau professionnel.

# HANDICAP

Le CEFPP Cinema School s'engage dans une démarche de diversité et d'égalité des chances. L'école favorise l'accueil et l'accompagnement de tous ses étudiants et apprentis. Un référent handicap est à votre disposition sur chacun de nos campus.

## COMMENT ? A QUI SE RENSEIGNER ?

Afin de réaliser leurs cursus dans de bonnes conditions, un (ou plusieurs) entretien(s) seront menés avec chaque apprenant. Ces entretiens ont pour but d'analyser les besoins de chaque apprenant en situation d'handicap au regard des spécificités de son projet de formation et d'évaluer si le centre de formation est à même à recevoir l'apprenant dans de bonnes conditions.

Selon la situation ils peuvent comporter des aides techniques, des aides humaines et / ou des aménagements de parcours. La mise en place de ces aides est effectuée par l'établissement et peut évoluer en cours d'année grâce à un suivi.

Il est important de prendre contact avec le référent handicap du CEFPP le plus tôt possible afin de prévoir la mise en place des aménagements, si cela est possible.

RENSEIGNEMENTS : 01 40 30 22 35 / [michael-l@cefpf.com](mailto:michael-l@cefpf.com)

## DE L'INSCRIPTION AU CEFPP A L'INSERTION PROFESSIONNELLE

Le référent handicap et le directeur pédagogique, chargés de l'inscription de l'étudiant/ apprenti ont pour mission de suivre et de l'accompagner des tests de sélection (voir conditions de sélection) tout au long de sa formation, comme en entreprise. Ils construisent avec lui son projet professionnel en prenant en compte les spécificités de son handicap.

Le référent handicap du campus ESUP veille à ce que la formation des étudiants/ apprentis en situation de handicap se déroule au mieux. Il est l'intermédiaire entre les formateurs et l'étudiant. Il aide le formateur à résoudre les problèmes qui peuvent survenir au cours de la formation de l'étudiant/apprenti handicapé. Il se rend disponible pour recevoir les étudiants/ apprentis en situation de handicap lorsqu'ils en ressentent le besoin.

# ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

## L'EVEIL ECOLOGIQUE

Depuis 2010, Le CEFPP soutient **Ecoprod** et sa démarche collective lancée en 2009 par des acteurs du secteur audiovisuel, visant à réduire l'impact environnemental de l'industrie.

En effet, le secteur audiovisuel émet environ 1 million de tonnes équivalent CO2 dans l'atmosphère chaque année, dont environ le quart est directement lié aux tournages.

Soutenus par l'ADEME et la DIRECCTE Ile-de-France, les quatre partenaires fondateurs, AUDIENS, la Commission du Film d'Ile de France, France Télévisions et TF1, ont depuis 2009 été rejoints par le Pôle Media Grand Paris, le CNC, Film France et la CST.

## EGALITE DES FEMMES ET DES HOMMES ET DIVERSITE SEXUELLE ET DE GENRE

Le CEFPP a rejoint le **Collectif 50/50**, qui à ce jour rassemble plus de 1500 professionnels de la création et de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel français. Structuré comme un action tank, le Collectif s'engage solidairement dans une réflexion et un combat pour l'égalité, la parité et la diversité dans l'industrie cinématographique et audiovisuelle.

Le Collectif 50/50 élabore des études, développe des actions, crée des outils et propose des mesures incitatives aux pouvoirs publics et aux différents acteurs du secteur pour accélérer le changement, <https://collectif5050.com/>



# ETHIQUE ET ORGANISATION

## **LE CEFPPF CINEMA SCHOOL est une école / CFA agissant sur des thématiques fortes à impact social et environnemental.**

Au delà de ces 4 thématiques, sa mission est d'enseigner et de rassembler ses étudiants, apprentis, intervenants, entreprises partenaires et collaborateurs autour de 4 valeurs, qui fondent son identité :

- Engagement : Accompagner au plus près les élèves dans leur projet personnel
- Créativité : Mettre l'innovation au coeur du projet pédagogique
- Responsabilité : Cultiver le sens des responsabilités face aux enjeux sociaux, éthiques et environnementaux
- Ouverture d'Esprit : Accueillir chacun dans le respect et l'écoute des différences

### **ÉGALITÉ DES CHANCES**

Le CEFPPF croit en l'ascenseur social par la formation et s'investit depuis plusieurs années dans l'Égalité des chances.

#### **Notre ambition :**

- Renforcer la diversité sociale et géographique du CEFPPF et conjuguer excellence et ouverture au sein de notre école / CFA.
- Contribuer à l'émergence d'une société où tous les talents peuvent s'épanouir et trouver un rôle à leur mesure.

### **SIGNALER UN INCIDENT :**

Le CEFPPF met à disposition de ses étudiants et participants une adresse mail permettant de signaler tout incident (discrimination, harcèlement, violence sexuelle ou sexiste ...), de manière personnelle ou anonyme, et dans le respect de la confidentialité des échanges.

[cefppfhelpme@gmail.com](mailto:cefppfhelpme@gmail.com)

## VIE ASSOCIATIVE

Le CEFPPF Cinema School soutient et accompagne ses étudiants / apprentis à développer des contacts professionnels dans le secteur mais aussi à se donner les moyens d'acquérir autant de savoir-faire que de savoir-être en adhérant activement à la vie associative qui se révèle être un formidable « accélérateur de particules professionnelles » !

Qu'il s'agisse de mener à bien des projets d'envergure (festivals, films institutionnels...), de participer à de grandes aventures humaines, de mettre ses compétences au service des autres ou tout simplement d'apprendre à vivre et construire ensemble, les associations permettent à chacun de confronter ses aspirations au réel. Cette vie associative est aussi une étape importante pour tous les étudiants/ apprenants : elle permet à chacun de s'engager dans des projets entreprenants et de valoriser leurs connaissances et savoir-faire sur leurs CV, parallèlement à leur parcours de formation.

# CONTRAT D'APPRENTISSAGE

## QUE FAUT-IL SAVOIR ?

- Le contrat d'apprentissage est conclu entre l'apprenti et l'employeur. Il permet à l'apprenti de suivre une formation en alternance dans un CFA (Centre de Formation pour Apprentis) et un apprentissage pratique en entreprise sous la responsabilité d'un maître d'apprentissage en vue d'acquérir un diplôme d'État (CAP, BAC, BTS, Licence, Master, etc.) ou un titre à finalité professionnelle inscrit au répertoire national des certifications professionnelles (RNCP), dont l'ensemble des titres professionnels relevant du ministère chargé de l'emploi.
- L'apprentissage repose sur le principe de l'alternance entre enseignement théorique en centre de formation d'apprentis (CFA) ou en organisme de formation et enseignement du métier chez l'employeur avec lequel l'apprenti a conclu son contrat.
- En tant que Centre de Formation en alternance, le CEFPP se charge de soutenir ses apprentis lors de leur recherche d'entreprise (sociétés de production, diffuseurs...).
- Pour faciliter la recherche d'entreprise des apprentis dans les circonstances exceptionnelles liées à la crise sanitaire du COVID 19, le gouvernement prolonge exceptionnellement la période préliminaire en CFA jusqu'à 6 mois (au lieu de 3 mois) avant signature du contrat d'apprentissage. Pendant cette période, l'apprenti conserve son statut de stagiaires de la formation professionnelle.

## POUR + DE RENSEIGNEMENTS :

- Rémunération
- Temps de travail
- Quel type de contrat et durée
- ...

<https://travail-emploi.gouv.fr>

## Conditions d'admission

L'apprentissage est une formation en alternance sous statut salarié dans le cadre d'un contrat de travail à durée déterminée (contrat d'apprentissage) associant une formation pratique en entreprise et une formation théorique en centre de formation et débouchant sur un titre homologué reconnu par l'Etat.

### Pour les apprentis ayant suivi la première année de Bachelor

- Avoir moins de 29 ans
- Avoir réussi les tests de première année

### Pour les apprentis n'ayant pas suivi la première année de Bachelor

- Avoir moins de 29 ans
- Avoir un diplôme équivalent au moins équivalent au niveau 5 (bac+2)
- Justifier d'une expérience conséquente (professionnelle ou amateur en lien avec le secteur cinématographique ou audiovisuel)

# CONTRAT D'APPRENTISSAGE

## **Modalités d'inscription** (pour les étudiants n'ayant pas suivi la première année de bachelor)

### 1 - Inscription

- Avoir moins de 29 ans
- S'inscrire en ligne : [info@cefpf.com](mailto:info@cefpf.com)

### 2 - Envoi des documents :

- Questionnaire de préselection
- Une lettre de motivation
- Diplômes antérieurs
- Book et pièces annexes

### 3 -Entretien

### 4 - Résultats

Communiqués dans les 10 jours qui suivent la date de l'entretien par mail

### 4 - Inscription

Dossier à renvoyer sous 14 jours à compter de la date de réception des résultats

### 5 - Accompagnement pour la recherche d'une entreprise

## **Frais de scolarité**

L'intégralité des frais de formation est financée par l'entreprise et, pour tout ou partie, par son opérateur de compétences (OPCO), organisme en charge du financement de la formation des salariés pour toute la durée du contrat.

Les frais de formation s'élèvent à 8400 euros entièrement pris en charge par l'OPCO de l'entreprise.

### **L'inscription comprend :**

- La formation certifiante «Assistant de production»
- L'inscription aux épreuves de validation (certificat inscrit au RNCP de niveau 6 (EU ))
- Les frais de scolarité
- Le matériel technique mis à disposition
- Le prêt d'un ordinateur portable pendant toute l'année scolaire
- L'inscription annuelle à une plateforme pédagogique
- L'abonnement à la cinémathèque

## Conditions d'admission

### Pour les étudiants ayant suivi la première année de Bachelor

- Avoir moins de 29 ans
- Avoir réussi les tests de première année

### Pour les étudiants n'ayant pas suivi la première année de Bachelor

- Avoir moins de 29 ans
- Avoir un diplôme équivalent au moins équivalent au niveau 5 (bac+2)
- Justifier d'une expérience conséquente (professionnelle ou amateur en lien avec le secteur cinématographique ou audiovisuel)

## modalités d'inscription (pour les étudiants n'ayant pas suivi la première année de bachelor)

Le CEFPF Cinema School permet aux étudiants et aux apprentis de démarrer leur formation à plusieurs dates (Voir Calendrier)

### 1 - Inscription

- Avoir moins de 29 ans
- S'inscrire en ligne : [info@cefpf.com](mailto:info@cefpf.com)

### 2 - Envoi des documents :

- Questionnaire de préselection
- Une lettre de motivation
- Diplômes antérieurs
- Book et pièces annexes

### 3 -Entretien

### 4 - Résultats

Communiqués dans les 10 jours qui suivent la date de l'entretien par mail

### 4 - Inscription

Dossier à renvoyer sous 14 jours à compter de la date de réception des résultats

## Frais de scolarité

7600 euros (possibilité de paiement jusqu'à 10 fois sans frais)

### Les frais de scolarité comprennent :

- La formation certifiante «Assistant de production»
- L'inscription aux épreuves de validation (certificat inscrit au RNCP de niveau 6 EU)
- Les frais de scolarité
- Le matériel technique mis à disposition
- L'inscription annuelle à une plateforme pédagogique

# PREPARATION A L'EMPLOYABILITE

Le métier d'assistant de production est bien identifié dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel. Après avoir exercé ces fonctions quelques années, les assistants de production deviennent dans la majorité des cas chargés de production, administrateurs de production ou directeurs de production, voire producteurs eux-mêmes (de courts-métrages d'abord, et à plus long terme de longs-métrages, ou de programmes audiovisuels).

L'assistant de production exerce ses activités dans le secteur cinématographique et audiovisuel : production de films, de programmes pour la télévision, de films institutionnels et publicitaires ; postproduction de films cinématographiques, de vidéo, de programmes de télévision, distribution de films cinématographiques, de programmes pour la télévision, de films institutionnels et publicitaires. .

Le secteur de l'audiovisuel représente plus de 10 000 entreprises avec près de 230 000 salariés.

- En deuxième année, les étudiants effectuent leur stage au sein de sociétés de production cinématographique ou audiovisuelle afin de comprendre les rouages d'une société de production et d'appliquer les connaissances théoriques sur le terrain.
- Le CEFPF accompagne ses étudiants tout au long de leur parcours étudiant et professionnel. Il facilite et encourage l'expérience professionnelle afin de permettre aux étudiants de démarrer parfaitement leur carrière
- Le taux d'insertion global moyen à 6 mois : 84%  
Voir : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/34316/#ancre4>
- En tant qu'association professionnelle reconnue dans le paysage cinématographique et audiovisuel, le CEFPF est partenaire de syndicats et d'associations professionnelles pour vous aider à créer un réseau de contacts dans le secteur.

# L'ASSISTANT DE PRODUCTION

AU CŒUR DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION  
CINÉMATOGRAPHIQUE ET AUDIOVISUELLE

# PRÉSENTATION DE L'ACTION DE FORMATION

L'ensemble de cette action est supervisé par le Directeur Général Délégué ainsi qu'un formateur référent pour chaque bloc de compétences

Le Directeur Général Délégué est le garant de l'organisation générale du stage. Il s'assure du bon déroulement de la formation et propose, le cas échéant, les actions pédagogiques correctives.

Ce dernier est l'interlocuteur des stagiaires qui peuvent se référer à lui ou à l'un des membres de son équipe, quel que soit le problème pédagogique qu'ils rencontrent.

## VERS UN METIER DES L'ISSUE DU TITRE ASSISTANT DE PRODUCTION

Pour pouvoir prétendre à la certification Assistant de Production, chaque apprenant doit suivre les 4 blocs :

- Bloc 1 RNCP34316BC01 – Préparation d'un projet de production (long-métrage, série, documentaire, magazine)
- Bloc 2 RNCP34316BC02 – Gestion de la production et suivi de la postproduction d'un projet (long-métrage, série, documentaire, magazine)
- Bloc 3 RNCP34316BC03 – Suivi administratif et juridique d'une société de production
- Bloc 4 RNCP34316BC04 – Gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle (option facultative pour la Certification du Titre)

Tous les blocs sont évalués en accord avec la réglementation exigée par la Commission Nationale de la Certification de la Formation Professionnelle.

### **Pour + d'infos :**

<https://www.francecompetences.fr>

RNCP 34316

Les étudiants/ apprentis recevront leur diplôme, à l'issue de leur cursus / contrat d'apprentissage dès lors qu'ils auront réussi tous les blocs de compétences (moyenne à chacun des 4 blocs.)

Ils pourront le cas échéant repasser le ou les blocs non obtenus à l'issue de leur année.

Le CEFPPF fait appel exclusivement à des professionnels pour dispenser les cours.

Le recours à un grand nombre de ces professionnels – producteurs, représentants d'institutions publiques ou de sociétés de gestion collective, techniciens ... – permet de garantir l'actualité des connaissances transmises, la spécialisation des interventions ainsi que la diversité des savoirs et des savoir-faire.

Le nombre et la diversité des formateurs intervenant au CEFPPF rendent nécessaire le respect d'une « démarche qualité », fondée sur :

- un travail de sélection et d'orientation préalable des candidats,
- une coordination pédagogique des interventions, assurée par l'équipe pédagogique ainsi qu'un formateur référent associés à chacun des blocs correspondants au métier d'Assistant de Réalisation,
- la contribution d'experts chargés du conseil et de l'ingénierie pédagogique,
- le suivi post-formation et l'accompagnement des étudiants tout au long de leur cursus.

Tous les blocs sont évalués en accord avec la réglementation exigée par la Commission Nationale de la Certification de la Formation Professionnelle.

Pour les apprentis, l'employeur est aussi chargé d'évaluer l'apprenti en contrôle continu.

Cette évaluation est déterminante pour l'obtention du titre mais aussi pour le passage en deuxième cycle.



## DESCRIPTION DES ACTIVITES

Le terme d'assistant de production est à considéré comme étant très spécifique au secteur cinématographique et audiovisuel. Il correspond en effet à un métier clairement identifié et à un positionnement précis dans la chaîne de production. L'assistant de production exerce une fonction complexe, parce que charnière entre l'économique et l'artistique, entre l'administratif et l'opérationnel.

Il est appelé, successivement ou simultanément, à s'occuper de gestion ou de communication pour l'entreprise qui l'emploie, à élaborer des dossiers de production et de financement et à participer à des tournages en servant d'interface entre le producteur et l'équipe de tournage. Du fait de sa polyvalence, ce métier exige une parfaite connaissance de toute la chaîne de production, une capacité d'initiative et d'adaptation rapide ainsi que des qualités relationnelles pour faire fonctionner ensemble des profils professionnels très différents.

L'assistant de production collabore, en effet, avec le producteur, le directeur de production, le directeur de postproduction, le chargé de production ou le distributeur. Il ou elle peut également travailler en relation avec des prestataires externes : le/la responsable commercial ou le chargé de projet d'une entreprise technique et parfois l'expert comptable ou le directeur financier de la société de production.

L'assistant de production peut exercer des fonctions permanentes au sein de l'entreprise en étant titulaire d'un contrat à durée indéterminée. Ce type de contrat n'est pas le plus courant dans le secteur cinématographique et audiovisuel, qui du fait de la nature de l'activité, recourt de façon fréquente à des contrats à durée indéterminée d'usage.

Même si l'on constate une progression du nombre de CDI, l'assistant de production exerce souvent son activité sous le régime des intermittents du spectacle.

Le métier d'assistant de production est clairement identifié dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel, notamment par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et la Commission paritaire nationale emploi et formation (CPNEF) de l'audiovisuel .

Il exerce son activité dans un secteur à forte progression et un paysage en mutation depuis le développement du numérique avec de nouvelles opportunités, mais aussi de nouvelles contraintes. Se dégagent parmi les opportunités la simplification du processus de production et la baisse des coûts avec le numérique, la multiplication des supports de diffusion et de commercialisation et le développement du digital. Les contraintes sont l'augmentation de la concurrence et la baisse consécutive de la rentabilité, l'irruption des géants du web, la dérégulation liée à la mondialisation de la diffusion et de la distribution.

La télévision s'adapte au nouveau contexte de la diffusion : déclinaison des chaînes premium sur le réseau gratuit de la télévision numérique gratuite (TNT) par rachat de chaînes thématiques, développement du cross média (articulation de plusieurs médias pour un même programme), apparition du transmedia (couplage avec internet et interactivité), prolongation de la vie des programmes avec le replay (rediffusion sur internet) et la VOD.

Internet est conçu aujourd'hui comme le moyen le plus utilisé pour la diffusion des produits audiovisuels. Compte tenu de l'importance prise par ce média, le CNC a mis en place un fond de deux millions d'euros par an pour financer les activités audiovisuelles sur Internet. Cette aide est consacrée aux youtubeurs, quel que soit la plate-forme de diffusion : Facebook, Google ou l'une de ses filiales (Dailymotion, Snapchat), y compris les vidéos auto-publiées sur des plateformes libres.

Enfin l'industrie du jeu et du dessin-animé, point fort des industries culturelles françaises, continue son boom.

Le secteur français de la production d'animation est toujours dynamique, grâce notamment à la vitalité de la création artistique française. Le marché s'élargit (la production française représente désormais plus de la moitié de l'animation diffusée), les productions sont progressivement rapatriées d'Asie en France. De ce fait l'emploi a beaucoup progressé et cette tendance haussière.



## ACTIVITÉS - MÉTHODES D'ÉVALUATION - COMPÉTENCES

### ■ BLOC 1 : Préparation de la production d'un projet audiovisuel (long-métrage, série, documentaire, magazine)

- lecture des projets (scenario de long métrage ou d'unitaire, bible de série, dossiers documentaires, concept de magazine)
- analyse des projets afin de vérifier si le projet correspond à la ligne éditoriale de la société de production
- accompagnement de l'auteur tout au long du processus d'écriture
- révision de scénario (script-doctoring)
- finalisation de la première évaluation financière du scénario / script
- définition des moyens humains et techniques d'un projet et du temps de tournage
- estimation du temps de tournage en fonction de la complexité du projet
- estimation de la première évaluation financière d'un projet
- élaboration du plan de financement d'un projet
- établissement des dossiers de demande d'aide correspondant aux enjeux de production

### ■ Modalités d'évaluation du BLOC 1

#### *Mise en situation professionnelle reconstituée*

A partir d'un scénario de long-métrage, une « bible » de série, un dossier documentaire et un cahier des charges de magazine, les candidats doivent réaliser :

- Rédaction d'une fiche de lecture,
- Rédaction d'une note d'intention de production.
- le dépouillement général et élaborer un plan de travail estimatif
- l'estimation financière du projet
- la rédaction d'un dossier de demande d'aide de financement.

Les candidats doivent justifier à l'oral la pertinence de leur choix

Lieu : centre de formation

Modalités : préparation individuelle à partir d'un scénario de court métrage puis 40 minutes de soutenance orale individuelle en centre face à un jury composé de professionnels en activité.

### ■ Compétences attestées du BLOC 1 :

- Lire et analyser un (scénario d'un long-métrage, concept d'une série, dossier documentaire...) à l'aide de la rédaction d'une fiche de lecture en vue de définir la direction du projet de production.
- Construire une relation avec l'auteur et un espace de discussion afin d'enrichir le projet en apportant une analyse extérieure, en identifiant ses forces et ses faiblesses et en faisant des propositions de révision du scénario.



- Rédiger une note d'intention de production reprenant les principaux atouts du projet et permettant au lecteur de comprendre la stratégie mise en place par le producteur en vue de financer le projet.
- Evaluer de manière opérationnelle les besoins d'un tournage en rédigeant une feuille de dépouillement afin de constituer un plan de travail estimatif.
- Chiffrer les besoins du film (matériel / main d'oeuvre humaine...) afin de dresser un devis estimatif d'un projet.
- Identifier les sources de financement en fonction des caractéristiques d'un projet afin d'établir les dossiers de demande de subvention correspondants.

### ■ Activités du BLOC 2 : Gestion de la production et suivi de la postproduction d'un projet (long-métrage, série, documentaire, magazine)

- Élaboration des plannings de production,
- Recrutement des équipes,
- Préparation technique et logistique d'un projet,
- Établissement du plan de travail définitif avec l'assistant réalisateur et le directeur de production,
- Établissement du devis général avec le directeur de production après négociation avec les différents chefs de poste pour l'évaluation de leurs besoins,
- Préparation des contrats des comédiens et des techniciens,
- Respect des conventions collectives applicables,
- Gestion administrative et juridique du tournage avec le directeur de production et le régisseur général (coordination des autorisations de tournage, DASS, animaux...),
- Coopération avec les équipes de réalisation, notamment l'assistant du réalisateur,
- Rédaction quotidienne de la feuille de service,
- Réalisation du reporting auprès du producteur du suivi du tournage (retards, conflits, imprévus, accidents...),
- Suivi permettant de mobiliser auprès du CNC des soutiens financiers dans le cadre du fonds de soutien pour un long métrage,
- Respect du cahier des charges de la chaîne ou de la plateforme,
- Réservation de studios de montage, d'auditorium de mixage,
- Gestion des fichiers audio,
- Sauvegarde et sécurisation des rushes,
- Contribution au travail d'interface entre le tournage et la postproduction,
- Gestion des demandes de devis aux laboratoires,
- Assurer l'interface des équipes de postproduction,
- Organisation de la projection test.

### ■ Modalités d'évaluation du BLOC 2

#### Test écrit

Les candidats doivent répondre à différentes questions par écrit sur la production d'un long métrage, d'une série, d'un documentaire et d'un magazine de l'organisation du tournage.

## Étude de cas

Sur la base de l'analyse d'un scénario de long-métrage, d'une « bible » de série, d'un dossier documentaire ou d'un cahier des charges de magazine, les candidats doivent établir le plan de travail et le devis définitif, un échéancier de suivi des dépenses et élaborer le planning de post-production du projet.

### Mise en situation professionnelle simulé

Les candidats doivent rédiger des projets de contrats de travail et exécution des DPAE.

Les candidats doivent rédiger un plan de travail d'une journée de tournage (feuille de service).

### ■ Compétences attestées à l'issue du BLOC 2

- Identifier les besoins humains et matériels en tenant compte des financements accordés dans l'objectif d'identifier et de recruter les techniciens compétents.
- Rassembler les différents documents liés à l'organisation d'un tournage en organisant des réunions de travail avec les différents chefs de poste pour assurer le bon déroulement du tournage.
- Effectuer une dernière lecture des devis et préparer un échéancier du suivi des dépenses avec l'administrateur de production pour assurer le déroulement optimal du tournage.
- Préparer les contrats des comédiens et des techniciens avec l'administrateur de production dans le respect de la convention collective applicable.
- Rassembler les données administratives fiables et vérifiées afin de les exploiter dans l'établissement des déclarations préalables à l'embauche (DPAE) conformément au droit social en vigueur.
- Rédiger la feuille de service qui constitue le plan de travail de la journée de tournage du lendemain, en coopération avec l'assistant réalisateur dans l'objectif d'organiser le tournage du projet.
- S'intégrer et se positionner de manière efficace dans une équipe de tournage afin d'assurer le reporting, notamment lors d'accidents, de retards et d'imprévus, pour assurer le bon déroulement du tournage.
- Revoir quotidiennement le plan de travail avec l'assistant réalisateur et le directeur de production afin de tenir compte des imprévus et des dépassements dans le suivi des dépenses.
- Gérer les fichiers vidéo en vue de paramétrer leurs transformations aux différentes étapes de la post production, tout en sauvegardant et sécurisant les rushes.
- Assurer le lien entre le tournage, les prestataires de la postproduction et la société de production afin de contribuer à un déroulement fluide du tournage.
- Gérer les dernières demandes de montage du réalisateur et procéder à une modification du budget dans l'objectif de finaliser le projet.
- Organiser une projection test en présence des principaux chefs techniques intervenant dans les aspects artistiques.

### ■ Activités du BLOC 3 (option) : Suivi administratif et juridique d'une société de production

- Traitement des appels téléphoniques,
- Traitement des mails,
- Reporting au producteur,
- Gestion des emplois du temps des équipes,
- Organisation des déplacements des équipes,
- Rédaction de documents de nature juridique et administrative,
- Édition et suivi des documents émis par la société (contrats, factures...)
- Interface avec le comptable ou l'expert-comptable de la société.

### ■ Modalités d'évaluation du BLOC 3

*Mise en situation professionnelle*



Réalisation de jeux de rôles avec ses pairs au sujet d'une demande fictive choisie par le formateur.

### **Mise en situation professionnelle**

A partir d'un cahier des charges relatant les rendez-vous et tâches quotidiennes d'un producteur, les candidats doivent élaborer un planning sur un logiciel approprié.

### **Cas pratique**

D'après une situation donnée par le formateur, les candidats doivent rédiger des actes juridiques liés à la production.

## **■ Compétences attestées à l'issue du BLOC 3**

- Traiter les appels téléphoniques et les mails afin d'assurer un reporting régulier au producteur.
- Gérer les plannings d'activité et les déplacements des personnels de la société de production afin d'optimiser le suivi du projet de production.
- Assurer le suivi des contrats et leur bonne exécution en contrôlant les documents émis par la société par la tenue d'un tableau de suivi des factures et des notes de frais.

## **■ Activités du BLOC 4 (option) : gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle**

- Participation au déploiement de la stratégie de marketing digital,
- Réduction d'étude de marché,
- Étude du public cible,
- Contribution aux éléments de campagne nécessaires à la mise en ligne,
- Élaboration du cahier des charges de la société de production,
- Création du site internet permettant la mise en place et le développement de la stratégie de communication et de marketing digital,
- Choix des éléments de l'identité visuelle du site web,
- Animation des réseaux sociaux et création de contenus,
- Consolidation et développement du réseau de la société de production (amis Facebook, newsletter...),
- Communication sur les forums de discussion,
- Suivi des relations presse,
- Participation au déploiement de la stratégie de marketing digital,
- Définition de la stratégie digitale,
- Suivi de la performance du site internet (reporting quotidien au producteur/gérant de la société),
- Définition des règles de bonne conduite de la communauté,
- Respect de la netiquette (déontologie appliquée à internet),
- Application de la législation en vigueur sur la protection des données (ex : RGPD),
- Pistage (tracking des utilisateurs par l'enregistrement et à l'analyse du comportement des utilisateurs sur internet),
- Participation à la gestion des outils de communication de l'entreprise (newsletters, community management (gestion de la marque sur les réseaux sociaux),

- Entretien des informations diffusées sur le site,
- Animation des discussions,
- Participation aux débats avec les internautes,
- Réalisation d'une veille sur les retombées de la production des films ou des programmes,
- Être modérateur en vérifiant le contenu généré par les utilisateurs du site web,
- Coordination avec la société de production,
- Contribution à la diffusion d'informations sur le site internet de la société et à son référencement,
- Entretien des informations diffusées sur le site,
- Mise en place des partenariats avec des sociétés, des bloggeurs, des influenceurs, des institutionnels ou autre,
- Actualisation des données de mesure de l'audience - reporting auprès du producteur et du réalisateur,
- Collecte de données sur le film,
- Coopération avec les équipes de distribution des salles,
- Incription des films et des programmes de stock dans les festivals,
- Participation à l'organisation d'évènement,
- Analyse des retombées dans la presse,
- Suivi des recettes en salle,
- Suivi de diffusion des programmes / long métrages,
- Suivi dans un tableur des différents ayants-droits et de leurs pourcentages,
- Vérification des ayants droits.

#### ■ Modalités d'évaluation du BLOC 4 :

##### Étude de cas et soutenance orale

Les candidats auront à réaliser une étude de cas sur la stratégie de lancement d'un projet cinématographique ou audiovisuel une société de production en centre de formation suivie d'une soutenance orale. Chaque candidat (e) tire au sort un sujet de mise en situation, dont l'objectif est d'établir une stratégie de présence et de communication digitale pour une société de production.

##### Mise en situation professionnelle réelle

A l'issue du stage en entreprise, est évaluée la création du site internet d'une société de production/ distribution. Lors de la présentation du site face à un jury, les candidats doivent pouvoir justifier à l'oral la pertinence de leur choix.

##### Mise en situation professionnelle reconstituée

D'après une problématique donnée, les candidats doivent en groupe élaborer une stratégie digitale pour donner une plus grande visibilité de la société et de ses projets.

##### Mise en situation fictive

D'après une problématique donnée, les candidats doivent en groupe mettre en place une stratégie de communication de lancement dans le cadre de la distribution d'un film.



## ■ Compétences attestées à l'issue du BLOC 4 :

- Etablir une étude stratégique de lancement (objectifs, cibles, délais de livraison, référencement...) incluant une étude de marché et une analyse de la cible en fonction des objectifs de la société,
- Etablir un cahier des charges incluant une étude technique et détaillée du projet et de ses fonctionnalités, une étude de la stratégie de référencement et la définition de l'arborescence et des rubriques du site afin d'identifier les besoins de la société de production,
- Définir et mesurer des critères de performance d'un site en fonction de sa stratégie digitale afin de déterminer le nom de domaine (référencement) et le mode d'hébergement,
- Définir l'identité visuelle du site web (couleur, typographie, logo, iconographie, choix des templates...) afin de créer le site web,
- Intégrer les contenus pertinents (textes, films, images) en veillant à la densité de mots clés et au ratio textes/ images dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web.
- Optimiser le référencement automatique du site web sur les moteurs de recherche par la mesure de la performance d'un site et l'efficacité des actions marketing dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web,
- Mettre en place une stratégie communautaire (réseaux sociaux pertinents à exploiter, profil de la communauté, fréquence idéale de publication, temps accordé...) en définissant les objectifs sur les réseaux sociaux et de la communauté, et en déterminant l'audience dans l'objectif de développer la notoriété de la société de production,
- Définir les valeurs (culture, codes sociaux et langagiers) et les règles de bonne conduite de la communauté (respect de la netiquette, protection des données personnelles...) et les faire appliquer dans le respect de la réglementation,
- Définir et mettre en place les indicateurs de mesure pertinents, notamment de pistage, permettant de valider les objectifs atteints en vue de valoriser la communication autour d'un long-métrage ou d'un programme audiovisuel,
- Assurer le rôle d'interface entre la société de production et la communauté web en tissant un lien permanent avec les membres de cette communauté grâce à l'animation de la communauté (susciter le débat, relancer la discussion sur des événements créés et partagés) dans l'objectif de fidéliser la communauté, tout en réalisant une veille continue et en vérifiant la qualité du contenu généré par les utilisateurs, le tout dans le respect de la netiquette,
- Rédiger, planifier la publication et publier les contenus des influenceurs (blogs, microblogging, Twitter), notamment dans le cadre de partenariat avec des réseaux reconnus dans le secteur cinématographique et/ou audiovisuel,
- Analyser les retombées et mesurer l'audience à l'aide de outils de reporting et faire remonter les réactions de la communauté auprès du producteur,
- Collaborer à la promotion d'une oeuvre et au regroupement des informations sur le film (interview des comédiens, bande annonce...) en coordination avec les équipes distribution salles,
- Gérer l'inscription des films en festival après avoir listé les festivals pertinents selon des critères spécifiques (exclusivité, année de production, durée du film, genre du film...) afin d'organiser la visibilité du projet,
- Gérer une avant-première avec le distributeur par la conception d'un plan de placement de produits et/ou de sponsoring dans l'objectif d'optimiser les retombées marketing,
- Analyser les critiques, les articles de presse et les performances des campagnes digitales dans un compte-rendu permettant d'analyser les retombées du projet,
- Suivre les recettes en salle (ayants droits, relation diffuseur, exploitants...) et de la commercialisation (audiovisuel, internet) par l'établissement d'un tableau récapitulatif des différents ayants-droits et le pourcentage qui leur est attribué afin d'analyser les résultats de la diffusion du projet.

## **Depuis 1993, le CEFPPF a formé 10 000 personnes**

### **En 2021-22**

70% ont obtenu suivi le titre "Assistant de réalisation" de niveau 5 (EU).

88% ont obtenu le titre "Assistant de production" de niveau 6 (EU).

### **Depuis novembre 2021**

**Le CEFPPF en tant que CFA, accueille des apprentis**

**Sur 18 apprentis, 7 ont obtenu la certification Assitant de Réalisation**

**6 ont obtenu un ou plusieurs blocs**

**5 ont interrompu leur apprentissage en cours de formation**

**4 ont choisi de poursuivre leur cursus après l'obtention de leur titre**

**7 ont réussi à trouver un emploi dans le secteur audiovisuel**

**(- 6 mois après la fin de leur apprentissage)**

Le CEFPPF encourage des apprenants (étudiants, apprentis...) à entrer en relation, dès le démarrage de leur année d'apprentissage avec plus de 10 000 alumnis et 400 formateurs. Tous les formateurs et intervenants du CEFPPF sont ancrés dans le secteur et soutiennent les apprenants pendant et à l'issue de leur formation.

Le titre d'Assistant de production du CEFPPF enregistré au RNCP sous le numéro RNCP34316 est en correspondance avec le titre RNCP34194 intitulé Adjoint à la Production et distribution d'oeuvres cinématographiques ou audiovisuelles.

Le détail de l'équivalence peut être consulté sur le site de France Compétences.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

La formation « Assistant de production » offre les compétences permettant d'exercer une fonction complexe, parce que charnière entre l'économique et l'artistique, entre l'administratif et l'opérationnel. L'assistant de production est appelé, successivement ou simultanément, à s'occuper de gestion ou de communication pour l'entreprise qui l'emploie, à élaborer des dossiers de production et de financement et à participer à des tournages en servant d'interface entre le producteur et l'équipe de tournage. Du fait de sa polyvalence, ce métier exige une parfaite connaissance de toute la chaîne de production, une capacité d'initiative et d'adaptation rapide ainsi que des qualités relationnelles pour faire fonctionner ensemble des profils professionnels très différents.

L'assistant de production est **responsable de toutes les tâches sur lesquelles se fonde l'activité quotidienne d'une société de production cinématographique ou télévisuelle** : édition de documents, gestion du courrier et de l'emploi du temps du producteur, organisation des déplacements des membres de la société... Selon la taille et l'organisation de l'entreprise, il exécute ces tâches ou il les supervise.

L'Assistant de production collabore avec le producteur, le directeur de production, le directeur de post-production, le chargé de production ou le distributeur. Il peut également travailler en relation avec des prestataires externes : le responsable commercial ou le chargé de projet d'une entreprise technique et parfois l'expert comptable.

L'Assistant de production peut exercer des fonctions permanentes au sein de l'entreprise en étant titulaire d'un contrat à durée indéterminée. Ce type de contrat n'est pas le plus courant dans le secteur cinématographique et audiovisuel, qui du fait de la nature de l'activité, recourt de façon fréquente à des CDD d'usage. Même si l'on constate une progression du nombre de contrats à durée indéterminée, l'Assistant de production exerce souvent son activité sous le régime des intermittents du spectacle.

Dans un secteur professionnel très hétérogène, la nature des fonctions exercées par l'Assistant de production varie selon la taille de l'entreprise au sein de laquelle il travaille. Dans une entreprise de 2 à 5 salariés permanents, il peut être étroitement impliqué dans la gestion proprement dite de la société de seconder directement le producteur dans le développement de projets.

## MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

**Durée hebdomadaire** : 35 heures : 9h30-13h30 - 14h30-18h30 en présentiel  
(1/2 journée de libre par semaine)

**Michaël LEBLANC, Responsable pédagogique au CEFPP**

## METHODE PEDAGOGIQUE

- Exposés théoriques et Master Class
- Cas pratiques et exercices de simulation
- Rencontre avec différents chefs de postes





# CALENDRIER ANNUEL

## FORMATION INITIALE

Durée en centre : 22 semaines en présentiel  
De 9h30 à 18h30

Durée en entreprise : minimum 8 semaines de stage obligatoires

## APPRENTISSAGE / ALTERNANCE

45 semaines (3 jours en entreprise / 2 jours en Centre)  
Soit 120 jours en entreprise et 104 jours en Centre

## DATE DE RENTRÉE

2 octobre 2023

## MODALITES

Formation à distance et en présentiel  
Entre 15 et 30 personnes par groupe

## PRÉ REQUIS

- Niveau Bac + 2

- ou expérience professionnelle d'au moins trois ans, évaluée par les responsables pédagogiques du CEFPF.

o Pour l'ensemble des candidats, un dossier de pré-sélection doit être complété en vue de l'entretien de sélection

La sélection des candidats a lieu sur la base d'un entretien permettant d'examiner ses pré-requis et d'un dossier de pré-sélection (questionnaire, CV).

A l'occasion de cet entretien sont particulièrement évalués les points suivants :

- le niveau de connaissance général du secteur audiovisuel,
- la motivation et la cohérence du projet professionnel,
- la nature de l'expérience et des diplômes ou titres antérieurs,
- les possibilités d'application des compétences antérieures au secteur audiovisuel,
- la capacité à s'insérer efficacement dans le secteur (sens de l'initiative et de l'organisation, aptitude à la polyvalence...)

# PROGRAMME DETAILLE

## LES FONDAMENTAUX

### DE LA SEMAINE 1 À 3 :

#### SAVOIR ETRE

- La citoyenneté au sein de l'entreprise
- Sensibilisation à l'écologie sur les plateaux et en société
- de production : les bonnes pratiques
- le harcèlement
- Préparation à l'insertion professionnelle

#### SAVOIR FAIRE

Mises à niveau

- Le pack office
- Le bon usage d'internet

## Préparation au Titre « Assistant de production (cinéma - audiovisuel) » reconnu par la CNC

### BLOC 1 : PREPARATION DE LA PRODUCTION D'UN PROJET

#### SEMAINE 1 :

##### LES ENJEUX DE LA PRODUCTION CINEMATOGRAPHIQUE

#### 1<sup>re</sup> journée

##### Panorama de l'audiovisuel en France et dans le monde

##### Objectif :

Rappel des dates clés, depuis son invention, de l'économie du cinéma.  
Appréhension des fondements de l'industrie cinématographique.

##### Contenu :

- La naissance de modèles :
- Histoire de la culture et du divertissement, racines des disciplines culturelles
  - Eléments de droit
  - L'histoire des premiers films
  - Les usages pionniers
  - Les principaux modèles (autoritaires, académique...)
  - Les différents modes de production, les majors et les minors
  - Une économie mondiale structurée
  - Vers une révolution des médias

#### Le bouleversement des médias

##### Objectif :

Analyse des nouvelles formes de production et de diffusion.

##### Contenu :

- La grande diversité de la production  
Les offres de diffusion :
- Panorama des acteurs classiques (TV commanditaires) ou publics
  - Les révolutions numériques
  - Panorama des nouveaux acteurs, nouveaux outils et offres en cours de développement

#### 2<sup>e</sup> journée

##### Le producteur, son rôle et ses relations avec son équipe.

##### Objectif :

Appréhension des différentes missions d'un producteur tout au long du processus de production

##### Contenu :

- Les différents types de producteurs
- Les salariés permanents d'une société de production
- Les intervenants, occasionnels (intermittents, documentalistes, auteurs...)
- Exploration des principales fonctions d'un producteur et des différents types de production :
  - La gestion d'une production de films.
  - Les principes de gestion d'une société de production.
  - L'accompagnement d'un auteur.

##### • Mise en place de « la chaîne » de production et développement des projets.

- Les différentes étapes de production d'un projet de long métrage
- Cheminement du financement d'un film

#### 3<sup>e</sup> journée

##### Le réalisateur dans le processus de développement d'une fiction

##### Objectif :

Analyse des liens entre réalisateur et producteur.  
Appréhension de la fonction de réalisateur en France.

##### Contenu :

- La collaboration producteur - réalisateur :
- L'origine d'un projet et la première approche
  - Le travail sur le scénario
  - Le tournage et les choix techniques
  - La constitution d'une équipe
  - L'équipe technique
  - L'équipe artistique
  - Les intervenants extérieurs
  - Le montage et la postproduction
  - Les relations avec le distributeur, les partenaires financiers, les diffuseurs
  - La promotion, les festivals, la commercialisation du film



### L' Assistant de production au sein d'une équipe de tournage

#### Objectif :

Aperçu de l'organisation d'un tournage de fiction et des différents postes qui composent une équipe.

#### Contenu :

Savoir quand intervenir sur un tournage et qui aller voir selon les besoins  
Les règles de vie sur un plateau et en production

#### Contenu :

Exercice de découpage sur une séquence du film  
Second débrief après le visionnage du film et analyse de la fidélité au scénario ? quels changements ? scènes coupées au montage ? écarts entre scénario/réalisation / apport de la musique ?...

## ■ 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> journées

### Première approche de l'évaluation d'un scénario

#### Objectif :

Comprendre comment un producteur choisit un projet ?  
Quelles questions se pose-t-il dès la première lecture d'un projet ?

#### Contenu :

- Méthode pour effectuer une lecture attentive d'un scénario (d'un point de vue production)
- Le coût des mots
  - Découpage estimatif
  - Liste des rôles principaux et secondaires
  - Liste des décors (int/ext) > quels décors pourrait-on « regrouper » ?
  - Casting possible ?
  - Genre de film : policier/comédie/fantastique/drame/comédie dramatique...
  - Pour quel public ? Grand public ? Adultes ? Enfants ? Art et Essai ? Diffusion TV (quelle chaîne ?) ? ...
  - Pour quel public ? Grand public ? Adultes ? Enfants ? Art et Essai ? Diffusion TV (quelle chaîne ?) ? ...
  - Lieux de tournage envisageables (quelles régions pourraient être sollicitées ?)
  - Minutage du film : comparer les différents minutages
  - Continuité (sur combien de jours se déroule l'histoire racontée dans le film) > ce qui peut aider à envisager un PDT en cas d'ellipses, vieillissement, etc.
  - Durée de tournage envisagée ? Combien de semaines environ
  - Budget envisagé (à la louche)
  - Une coproduction est-elle envisageable ?
  - Ressenti personnel par rapport au scénario : clarté ? originalité ?
  - Empathie pour les protagonistes ? Les personnages sont-ils forts ? Intéressants ?
  - Qualité des dialogues ?
  - Rythme ? Construction de l'intrigue ?
  - Scènes qui pourraient être coupées ? Retravaillées ?
  - Points forts ? Points faibles ?
  - Iriez-vous voir ce film en salles ?

### Du scénario au film tourné

#### Objectif :

Appréhender le découpage technique d'un film pour estimer la complexité du tournage et anticiper les coûts

## ■ SEMAINE 2 :

### LES FONDATIONS ET LA STRUCTURE D'UN FILM

#### ■ 1<sup>re</sup> journée

##### De la dramaturgie au Pitch

#### Objectif :

Connaître les éléments narratifs nécessaires à la construction d'un récit.

#### Contenu :

- Les fondations d'un film : L'hypothèse dramatique
- Une situation initiale/contexte de crise/faille/manque/problème/question
  - Un ou plusieurs protagonistes caractérisés
  - Un objectif (concret) que le protagoniste prétend vouloir
  - Obstacles/promesses d'obstacles/adversaires/antagonistes
  - Un enjeu (abstrait)/une révélation
  - Le conflit/dilemme/Le débat moral (qui naît de l'opposition entre objectif et obstacle)
  - Point de vue de l'auteur sur son sujet
- Savoir faire un pitch dramatique / thématique

#### Exercice :

Rédaction d'un pitch dramatique et pitch thématique de son choix

- La structure en trois parties/ou en sept parties
- Exposition : contexte, arène, protagoniste/incident déclencheur.
  - Ce que « veut » le personnage.
  - Acte II : Confrontation : objectif principal/sous-objectif/conflit/enjeux/noeuds dramatiques/point de non-retour.
  - Ce qu'il fait ou tente de faire pour obtenir ce qu'il veut.
  - Acte III : Résolution : Climax, dénouement, réponse dramatique.
  - Le résultat et les conséquences de son action.

**Exercice pratique :** repérer la structure, le « squelette » du film (incident déclencheur, noeuds dramatiques, actes, point de non- retour...) et identifier clairement les protagonistes/antagonistes/alliés/objectif/obstacles/faux allié/faux adversaire.

#### ■ 2<sup>e</sup> journée

##### Personnages/conflits/enjeux

#### Objectif :

comprendre les différents moyens de caractérisation d'un personnage

**Contenu :**

- Les personnages
  - Caractérisation des personnages : questionnaire
  - Courbe dramatique (évolution du personnage/trajectoire pendant le film) : différences entre motivation/ but/action
  - Tableaux et réseaux de personnages interaction des personnages entre eux.
  - Le conflit (fonctions du conflit en dramaturgie)/conflit interne/externe...
  - Enjeux/révélation
  - Obstacles (externes/internes)...

**Exercice pratique :** identifier les ressorts dramatiques,

la caractérisation des personnages, le rythme d'un scénario / film.

■ **3<sup>e</sup> journée**

**Les différentes phases d'écriture d'un scénario**

**Objectif :**

Acquérir une méthode pour « Accompagner un auteur » ou « évaluer un scénario ».

**Contenu :**

- Le « magma », la tambouille interne, les idées, le premier jet...
- Les diverses possibilités (technique de Truby : prémisses + thèmes = hypothèses dramatiques)
- Exploration du domaine en lien avec le sujet (recherches, univers, bibliographie, filmographie)
- Première note d'intention : pourquoi ce film ? Quel rapport avec soi ?
- Synthèse, fondations : pitch /sujet/Point de vue/genre/thème/métaphore/premier squelette
- Les personnages : caractérisation, courbe dramatique et réseau > comment rédiger une biographie de personnage
- La structure, l'intrigue
- Le séquenceur, le scène-à-scène
- Le traitement
- Le synopsis (court/long...)
- La note d'intention V2
- La continuité dialoguée = le scénario (V1, V2, V3... DEF)

**Exercice pratique :** travail sur le réseau du personnage

■ **4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> journées :**

**Les différents intervenants sur un scénario**

**Objectif :**

Connaître les différents postes liés à l'écriture d'un projet et appréhender leur relation avec l'auteur

**Contenu :**

producteur, co-auteur, script-doctor, consultant, dialoguiste, chargé de développement, directeur littéraire

**La fiche de lecture**

**Objectif :**

Savoir lire un scénario et pouvoir identifier clairement les problèmes de scénario

**Contenu :**

- Méthode d'évaluation de scénario
- Savoir distinguer :
  - le symptôme, le ressenti (« j'aime/j'aime pas/je m'ennuie/j'accroche/j'y crois/j'y crois pas... »)
  - le « diagnostic » : mettre de côté sa subjectivité et évaluer un scénario selon des critères objectifs : c'est clair/pas clair/on comprend/ on ne comprend pas/unité du film/construction/ équilibre/caractérisation/dialogues...)
  - « la prescription », le compte-rendu de lecture : ce qu'on pourrait faire pour améliorer le scénario, les points à retravailler, etc.

■ **SEMAINE 3 :**

**LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (1)**

■ **1<sup>re</sup> journée**

**Le développement et l'évaluation du scénario**

**Objectif :**

Prise de connaissance de l'œuvre proposée à la production

**Contenu :**

- Lecture d'un scénario de long métrage et première approche du planning de production
  - Premières impressions et argumentations du point de vue des stagiaires en fonction de critères précis d'évaluation
  - L'étude de la valeur dramatique du sujet : développement de l'histoire, personnages, conflits
  - La valeur esthétique : expression filmique et dialogues
  - L'opportunité du projet : actualité et originalité
  - La valeur pour le public : type de public pressenti en relation avec les possibilités d'exploitation
  - La faisabilité de production : rapport coût-financement
- Les différentes étapes de la fabrication du film :
  - Ecriture
  - Financement
  - Préparation
  - Tournage
  - Post production
  - Sortie du film

■ **2<sup>e</sup> journée**

**Les conditions générales de production et les financements de la phase de développement**

**Objectif :**

Détermination des conditions générales de production du projet. Analyses des financements pour l'écriture et la préparation du film.

**Contenu :**

- Exercices et simulation
  - Etude des conditions d'attribution des aides à l'écriture et réécriture (CNC, Procirep, régions)
  - Elaboration du dossier de demande d'aide au développement (CNC)
  - Etude du dossier de candidature à l'avance sur recettes avant tournage



### ■ 3<sup>e</sup> journée

#### Les fondamentaux de la propriété intellectuelle

##### Objectif :

Aperçu du code de la propriété intellectuelle :

#### le droit des auteurs

##### Contenu :

- Définition du droit d'auteur, de l'œuvre audiovisuelle et de sa divulgation
- Les dispositions du Code de la Propriété Intellectuelle
  - L'évolution et la spécificité actuelle du droit d'auteur français
  - La qualification du statut d'auteur et la nature de ses droits
  - Les ayant-droits à la qualité d'auteur
  - Les différentes formes d'œuvres, les notions d'œuvres de collaboration, collectives et composites pour la détermination des apports de chaque participant
  - Le droit moral et le droit patrimonial
- Les différents textes relatifs aux droits des auteurs:
  - Les conventions internationales
  - Le droit européen
  - Le copyright
- La protection des œuvres :
  - Les droits à la paternité de l'œuvre
  - Les critères et les formalités de protection de l'œuvre
- Les problématiques du droit des auteurs :
  - Les problèmes soulevés par les nouveaux moyens de diffusion
  - Les différentes formes d'atteintes à la pérennité des œuvres
  - Les recours contre les infractions

**Exercices pratiques :** Examens de cas de jurisprudence

#### La cession des droits de l'auteur au producteur :

##### Contenu :

- Les conséquences et la destination de la cession des droits
- Les droits attachés à l'œuvre ou exclus par contrats
- La capacité des signataires, la forme des contrats
- Le contrat d'option.
- Propriétaire de l'idée originale
- La cession de droits d'auteur.
- Les atteintes aux droits d'auteurs.
- La durée des droits et le domaine public.
- L'étendue de la cession et les exploitations cédées.
- La propriété d'une œuvre et son usage.
- Le contrat au forfait
- Le rôle des sociétés de gestion collective (SACD, SCAM)
- Les rémunérations : minimum garanti, forfait, RNPP

### ■ 4<sup>e</sup> journées :

#### Les fondamentaux de la propriété intellectuelle

##### Objectif :

Comprendre les différents aspects du droit d'auteur

#### Le droit à l'image

##### Contenu :

- Règle générale du droit l'image et exceptions.
- Dans quelle situation, y'a-t-il atteinte à la vie privée.
- Focus sur le droit à l'image des mineurs.
- Les spécificités du droit à l'image appliqué aux diverses utilisations sur internet
- La distinction entre lieux privés et lieux publics.
- Le droit à l'image sur les immeubles et les objets.
- Les évolutions du droit à l'image.
- Les exceptions au droit à l'image
- Les autorisations au titre du droit image.
- Le cas particulier de la réutilisation d'archives.

#### Les droits voisins du droit d'auteur et les contrats d'engagement

##### Contenu :

- Les dispositions légales et les modalités de rémunérations
- Une rémunération distincte pour chaque type d'exploitation
- La rémunération supplémentaire sur les recettes du film après amortissement du coût du film
- Les clauses essentielles et les négociations des contrats
- Les sociétés de gestion des droits : l'ADAMI
- La collecte des droits à la copie privée

### ■ 5<sup>e</sup> journées :

#### Consolidation des connaissances excel adaptées à la production

##### Objectif :

Adapter l'interface Excel aux besoins d'une société de production

##### Contenu :

- Formater les cellules d'un devis :
- Saisir des formules de calcul
- Répartir des données sur plusieurs feuilles.
- Préparer le document pour l'impression

### ■ SEMAINE 4 :

#### LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (2)

### ■ 1<sup>e</sup> journée

#### Le minutage du scénario

##### Objectif :

Savoir pré-minuter un scénario et appréhender les enjeux

##### Contenu :

- Les anomalies et les incohérences du scénario du film
- La continuité du scénario séquence par séquence
- Les raccords (anticiper le montage)

## ■ 2<sup>e</sup> 3<sup>re</sup> journées

### Le dépouillement et l'identification des besoins du tournage (1)

#### Objectif :

Evaluation des besoins artistiques et techniques du film selon le dépouillement du scénario.

#### Contenu :

- Les conséquences et la destination de la cession des droits
- Estimation des diverses contraintes de tournage
- L'évaluation des temps de tournage, du minutage des séquences, des plans à tourner
- La localisation des décors
- Les présences :
  - Rôles principaux
  - Rôles secondaire
  - Silhouettes et figuration
- L'identification du matériel et des besoins spécifiques

## ■ 4<sup>e</sup> journée

### Les conventions collectives

#### Objectif :

Connaissance du champ d'application des conventions collectives

#### Contenu :

- Les conditions générales d'emploi des techniciens
- Les dispositions légales sur les contrats à durée déterminée
- Le statut particulier des intermittents
- Les conventions collectives : leur champ d'application
- Les conditions particulières des contrats

## ■ 5<sup>e</sup> journée

### Le plan de travail et l'organisation du tournage

#### Objectif :

Utilisation du dépouillement général pour l'élaboration du plan de travail.  
Aperçu du travail du 1<sup>er</sup> assistant mise en scène

#### Contenu :

- L'élaboration du plan de travail :
- Le regroupement par lieux, décors, sous-décors, regroupement des cachets des comédiens, regroupement des moyens techniques
  - Les méthodes utilisées : logiciel, plan de travail à baguettes
  - Les relations du premier assistant avec le directeur de production, le chef décorateur, le chef opérateur et le régisseur général pendant la phase de préparation
  - L'utilité du plan de travail pour chaque membre de l'équipe

**Exercices pratiques :** Les stagiaires apprendront à créer plusieurs plans de travail mettant en évidence des choix différents et à privilégier les éléments en fonction des demandes conjointes du réalisateur et du directeur de production.

## ■ SEMAINE 5 :

### LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (3)

#### ■ 1<sup>e</sup> journée

##### Le devis estimatif (1)

#### Objectif :

Analyse des différents postes du devis CNC

#### Contenu :

Etude et correction des postes : Droits artistiques (auteurs, réalisateur, droits musicaux)

#### Objectif :

Aperçu des droits relatifs à la partition musicale d'un film, le mode de rédaction des contrats et l'utilisation des catalogues de droits musicaux

#### Contenu :

- Les différents organismes de gestion des droits musicaux
- La SACEM :
  - Le fonctionnement de la SACEM
  - Les relations entre la SACEM, la télévision et la radio
  - Les différentes sociétés chargées de la perception des droits musicaux dans d'autres domaines d'utilisation
  - les relations internationales de la SACEM avec des organismes associés dans de nombreux pays
  - les conditions d'intervention des sociétés de gestion collective des droits en ce qui concerne les droits voisins
  - les différents modes d'utilisation des musiques en fonction de l'origine des droits

**Exercices pratiques :** Révision des démarches à effectuer auprès des différents détenteurs de droits et procédés, sous la direction du formateur, à l'analyse de cas de jurisprudence.

#### ■ 2<sup>e</sup> 3<sup>re</sup> journées :

##### Le devis estimatif (1)

#### Objectif : Analyse des différents postes du devis CNC

**Contenu :** Etude et correction des salaires des techniciens

#### Contenu :

Les conditions générales d'emploi des techniciens  
Les dispositions légales sur les contrats à durée déterminée  
Le statut particulier des intermittents  
Les conventions collectives : leur champ d'application  
Les conditions particulières des contrats

#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### Le devis estimatif (2)

#### Objectif :

Chiffrage des postes salaires des comédiens et charges sociales

#### Contenu :

Etude et correction des postes : Salaires des comédiens et charges sociales



## ■ 5<sup>e</sup> journée

### Le devis estimatif (3)

#### Objectif :

Chiffrage des postes salaires des comédiens et charges sociales

#### Contenu :

Etude et correction des postes :  
Salaires des comédiens et charges sociales

### Le rôle du Chef Décorateur

#### Objectif :

Aperçu du rôle du Chef décorateur et du fonctionnement de son équipe

#### Contenu :

- Présentation du travail du Chef décorateur, composition de son équipe
- Le travail de l'équipe déco face aux demandes de la mise en scène et contraintes budgétaires
  - La création d'un décor en studio :
  - organisation du travail et coûts
  - Les aménagements d'un décor nature

#### • Les relations avec le réalisateur et le directeur de production

#### • L'organisation du travail et la responsabilité du décorateur

- Analyse du coût de fabrication des décors et du meublage
- L'utilisation du numérique et de l'informatique dans la conception et la construction des décors

#### Objectif :

Aperçu de la fonction de Chef Opérateur et ses relations avec la production

#### Contenu :

- Le travail du Chef Opérateur
- Présentation de son métier et de son équipe
  - Ses relations avec le réalisateur
  - Le choix du format de prise de vues : argentique ou numérique
  - Présentation du matériel de prise de vues
  - Le choix des objectifs
  - Le matériel machinerie et les mouvements de caméra
  - La construction de l'éclairage d'une scène
  - Les techniques d'éclairage et le matériel

### Le rôle de l'ingénieur du son

#### Objectif :

Aperçu de la fonction de l'ingénieur du son et de l'importance de la prise de son direct pour le montage

#### Contenu :

- L'importance de la préparation (lecture du scénario, repérages)
- Le matériel et l'équipe
- Le tournage et l'anticipation du montage

## ■ 5<sup>e</sup> journée

### Le devis estimatif (6)

#### Objectif :

Analyse des différents postes à partir d'un devis

#### Contenu :

Étude et correction des postes :  
Moyens techniques  
Prise de vue, machinerie, électricité, son...

## ■ SEMAINE 6 :

### LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (4)

## ■ 1<sup>e</sup> journée

### Le devis estimatif (4)

#### Objectif :

Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

#### Contenu :

Étude et correction des postes :  
Décors et costumes

## ■ 2<sup>e</sup> journée

#### Objectif :

Aperçu du rôle du Régisseur Général et du fonctionnement de son équipe

#### Contenu :

Présentation du métier et de son équipe  
Panorama des moyens matériels et logistiques nécessaires à un tournage  
La feuille de service

## ■ 3<sup>e</sup> journée

### Le devis estimatif (5)

#### Objectif :

Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

#### Contenu :

Étude et correction des postes :  
Transports, défraiements, régie

## ■ 4<sup>e</sup> journée

### Le rôle du Chef Opérateur

## ■ SEMAINE 7 :

### LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (5)

#### LA POSTPRODUCTION

## ■ 1<sup>re</sup> journée

### La place et le rôle du directeur de postproduction

#### Objectif :

Définition du rôle et des responsabilités du directeur de postproduction

#### Contenu :

- Le rôle du directeur de postproduction :
- gestion humaine et financière
  - son champ d'expertise
  - ses responsabilités
  - les étapes et la fin de sa mission

### Les différentes étapes de la chaîne de postproduction

#### Objectif :

Connaissance de la chaîne et du planning postproduction

#### Contenu :

- Identification et choix des différentes étapes de la postproduction du film du tournage à la sortie en salles suivant les formats de prise de vues (argentique ou numérique)
- Le développement du négatif (pour l'argentique)
  - La digitalisation
  - Le montage image



- Le montage son
- Le bruitage
- La post-synchro
- Le mixage
- Report optique...
- Les travaux de finitions au laboratoire

**Exercice pratique :** Elaboration du planning de postproduction du film

## ■ 2<sup>e</sup> journée

### Le montage image

#### Objectif :

Aperçu du travail du monteur image

#### Contenu :

Les étapes du montage  
Le rôle du chef monteur et de l'équipe de montage  
L'équipement des salles

## ■ 3<sup>e</sup> journée

### Le montage son

#### Objectif :

Aperçu du travail du monteur son

#### Contenu :

L'évolution du montage son  
Les étapes du montage son  
L'organisation du travail et le matériel utilisé

### La gestion des nouveaux supports numériques

La constitution de l'équipe de montage son  
Les finitions sonores : l'enregistrement de la postsynchronisation et du bruitage

### Le mixage

#### Objectif :

Aperçu du travail du mixeur

#### Contenu :

Analyse des différents paramètres qui interviennent lors du mixage

- Point de vue technique
- Point de vue artistique
- Les choix de la mise en scène et les influences sur le film
- Les différents systèmes d'enregistrement Dolby Stereo ou DTS
- Les négociations avec les prestataires et les fournisseurs

## ■ 4<sup>e</sup> journée

### Les VFX

#### Objectifs :

Adaptation des choix éditoriaux en relation avec les possibilités techniques offerte par les VFX

#### Contenu :

Les étapes de fabrication des effets spéciaux numériques  
Les différents types de trucages : morphing, incrust, mate-painting...  
Leur réintégration dans le montage final du film  
Analyse des différences entre SFX effectués lors du tournage et VFX en post production

Les choix artistiques, financiers et techniques  
Les logiciels et le matériel utilisé  
Les équipes spécialisées dans les VFX  
Les incidences des VFX sur le devis  
Les principales sociétés françaises spécialisées dans les effets visuels

## ■ 5<sup>e</sup> journée

### La postproduction, les dernières étapes

#### Objectif :

Vérification du planning de postproduction et des techniques choisies pour le film.

#### Contenu :

Le tirage des copies pour les salles de cinema  
Les PAD pour les chaînes TV  
Le matériel pour les ventes à l'étranger (internégatif et sous-titrage)

## ■ SEMAINE 8 :

### LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (6)

#### ■ 1<sup>e</sup> journée

##### Le devis estimatif (7)

#### Objectif :

Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

#### Contenu :

Le devis postproduction

#### ■ 2<sup>e</sup> journée

##### Les contrats d'assurance et la garantie de bonne fin

#### Objectif :

Compréhension des méthodes de négociation de la couverture des risques de production pour une œuvre cinématographique et audiovisuelle

#### Contenu :

L'organisation des assurances dans le secteur cinématographique

- La responsabilité civile
- Les différents risques de production
- Les circonstances aggravantes de ces risques
- L'assurance négatif
- La valeur des dommages et les montants des indemnisations
- La BNC (Bonification pour Non Sinistre)
- L'expertise des sinistres
- La prime d'assurance
- La garantie de bonne fin

#### ■ 3<sup>e</sup> journée

##### Le devis estimatif, finalisation (8)

#### Objectif :

Finalisation du devis

#### Contenu :

- Les dernières étapes du devis en relation avec la mise en production du film  
- Etude du devis et modifications au vu des nouveaux éléments des derniers postes du devis :  
• assurances



- frais financiers
- frais d'enregistrement au RPCA

Le crédit d'impôt

La relation de travail entre assistant de production et administrateur de production.

#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### Les questions administratives d'un film 1

###### Objectif :

Etre en mesure de gérer les questions administratives courantes avec un administrateur de production lors d'un tournage.

###### Contenu :

Le contrat de travail : Le CDDd'Usage  
 La DUE (déclaration unique d'embauche)  
 le statut d'intermittent du spectacle  
 Le bulletin de paie, l'abattement pour frais professionnels  
 Les caisses sociales : présentation générale et modalités d'ouverture  
 La fiche de renseignement salarié  
 La convention collective : salaires minimaux garantis, visite médicale, contrat de travail, jours fériés, voyages et frais de restauration afférents (techniciens et comédiens)  
 Les stagiaires conventionnés : savoir remplir une convention  
 Les repas : défraiements, indemnités repas, refacturation au réel

#### ■ 5<sup>e</sup> journée

##### Les questions administratives d'un film 2

###### Objectif :

Etre en mesure de gérer les questions administratives courantes avec un administrateur de production lors d'un tournage.

###### Contenu :

Les conventions négociées entre pays  
 La réciprocité des charges et des bénéfices entre pays coproducteurs.  
 Un exemple de financement dans certains pays européens (tax-shelter, aides régionales...)  
 Les aides du CNC aux coproductions avec l'étranger (mini traité Allemagne ou Canada)  
 Panorama des acteurs qui contrôlent la comptabilité, comprendre le pourquoi des contraintes  
 La Facture : définition et mentions obligatoires  
 La TVA : les grands principes  
 Le Bon de commande : explications et travaux pratiques  
 Organisation de la chaîne des validations avant mise au règlement  
 Les chèques de caution, les dépôts de garantie  
 La demande de règlement : explications et travaux pratiques  
 La Note de Frais : explications et travaux pratiques  
 Tableaux de suivi des hébergements : comment le construire et le gérer  
 La structure du devis du CNC

#### ■ SEMAINE 9 :

##### LE FINANCEMENT DU FILM

###### 1<sup>e</sup> journée

##### La préparation du plan de financement

###### Objectif :

Connaissance des principaux guichets et aides agissant pour le financement du cinéma et de l'audiovisuel.

###### Contenu :

Les questions à se poser lors de la recherche de financements

##### La distribution des films en salle

###### Objectif :

Connaissance des obligations contractuelles de sortie des films français sur le territoire français.

###### Contenu :

Le rôle du distributeur et l'analyse du marché  
 La stratégie de sortie  
 La négociation du contrat de distribution :  
 Le minimum garanti et les frais d'édition  
 Les interlocuteurs du distributeur : les exploitants  
 La remontée et la répartition des recettes salles  
 La rémunération du distributeur

###### 2<sup>e</sup> journée

##### L'intervention du CNC dans le financement des films

###### Objectif :

Connaissances des mécanismes d'aide aux financements par le CNC

###### Contenu :

Analyse des aides sélectives : critères et modalités de leur attribution

- Les aides à l'écriture et réécriture
- Les aides au développement
- L'avance sur recettes
- L'aide à la musique
- L'aide au court métrage, aux nouvelles technologies...
- L'aide aux industries techniques

Analyse des aides automatiques

- Investissement du compte de soutien à la préparation
- Investissement du compte de soutien à la production
- Les dossiers d'agrément et conditions d'attribution

##### L'agrément

###### Objectif :

Définition du rôle du vendeur

###### Contenu :

L'approche pratique de la réglementation en matière d'agrément  
 Les différentes procédures (investissement, production)  
 Les conditions d'éligibilité  
 Les différents modes de calcul

### Les aides territoriales

**Objectif :** Connaissance des aides régionales et des différents types de soutiens régionaux

Connaissance des aides régionales et des différents types de soutiens régionaux

**Contenu :**

- Historique des politiques territoriales en matière cinématographique :  
 La notion d'aide (régions, départements, villes)  
 Les relations entre le CNC et les régions  
 Les différents types d'aides régionales :
- Subventions
  - Aides remboursables
  - Cas particulier Rhône Alpes cinéma
  - L'accueil des tournages en région,
  - La Commission Nationale du Film France

**Exercice :** Etude d'un dossier de candidature à une subvention régionale

### 3<sup>e</sup> journée

#### Les aides européennes

**Objectif :**

Analyse du marché européen et de son évolution.  
 Identification des acteurs institutionnels en Europe qui favorisent et régulent l'activité économique du secteur.

**Contenu :**

- Panorama des soutiens publics aux productions cinématographiques :  
 Les aides au développement de projet :  
 Le programme Media
- les actions du plan Media
  - les critères de sélection des projets
- Les aides à la production : Eurimage
- le rôle d'Eurimage
  - les critères de sélection des projets

**Exercice :** Etude d'un dossier de candidature

#### La candidature et le dossier Eurimage

**Objectif :**

Application des connaissances acquises par la conception d'une stratégie de recherche de coproductions étrangères, en fonction du film proposé pour la simulation.  
 Analyse du dossier de candidature à Eurimage.

**Contenu :**

- L'approche pratique de coproducteurs étrangers.  
 L'implication des partenaires étrangers :  
 Le montage financier de leur participation au film.  
 La répartition des dépenses entre pays coproducteurs et le crédit d'impôt

**Exercice :** Etude du dossier de candidature à Eurimage

### Le financement international

**Objectif :**

Recherche des partenaires internationaux pour le montage financier d'un film.

**Contenu :**

- Etude de la réglementation entre pays
- Les conventions négociées entre pays
  - Les accords bilatéraux et les règles spécifiques
  - La réciprocité des charges et des bénéficiaires entre pays coproducteurs
  - Un exemple de financement dans certains pays européens (tax-shelter, aides régionales...)
  - Les aides du CNC aux coproductions avec l'étranger (mini traité Allemagne ou Canada)
- La recherche de financements auprès de coproductions étrangères

### 4<sup>e</sup> journée

#### Les SOFICA

**Objectif :**

Connaissance des modalités de création des SOFICA et leur réglementation.

Identification des conditions d'intervention des SOFICA dans le financement d'un film

**Contenu :**

- L'historique de leur développement et de leur rôle depuis leur création
- Les agréments
  - Présentation des sociétés actuellement en activité
  - Le cadre légal actuel des obligations de remboursement
  - Les différentes stratégies d'investissement et d'intervention
  - Les SOFICA adossées aux groupes audiovisuels, les SOFICA non adossées

**Cas pratique :** Analyse de contrats - Le Crédit d'impôt

**Objectif :**

Connaître les critères d'éligibilité pour accéder au crédit d'impôt

**Contenu :**

Le crédit d'impôt national et international  
 Les conditions d'attribution, les dépenses éligibles  
 Les délais et formalités de mise en œuvre

### 5<sup>e</sup> journée

#### Le soutien des chaînes de télévision

**Objectif :**

Connaissance des mécanismes et des conditions d'acquisition des chaînes de télévision

**Contenu :**

Analyse de la programmation des chaînes de télévision  
 Les modalités d'intervention des chaînes dans les coproductions et dans l'achat des droits de diffusion



La réglementation fixant les obligations de diffusion en matière d'investissement

La politique d'achat des chaînes

La finalisation du plan de financement

**Exercice pratique :** Application des connaissances acquises par la conception d'une stratégie de recherche d'autres moyens de financement, en fonction du film proposé pour la simulation

## BLOC 2 : GESTION DE LA PRODUCTION ET SUIVI DE POSTPRODUCTION

### ■ SEMAINE 10 : PANORAMA DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

#### ■ 1<sup>re</sup> journée

**Les différents genres de programmes télévisuels : Flux et Programmes Audiovisuels, deux modes de production différents**

**Objectif :**

Identifier les différents types de programmes télévisuels et les caractéristiques générales des économies de production correspondantes

**Contenu :**

- Description, à partir d'exemples, des différents types de programmes :

- Les programmes de flux : informations, variétés, retransmissions sportives
- Les programmes de stock : fictions (téléseries, séries), documentaires, films d'animation

- L'économie de la production télévisuelle en fonction des différents types de programmes :

● **Coût moyen et audience moyenne selon le genre de programme**

- Evolution des genres de programmes produits et diffusés à la télévision

**Les métiers de la production télévisuelle**

**Objectif :**

Identifier les différents métiers de la production télévisuelle et le fonctionnement des principales entreprises du secteur

**Contenu :**

- Les sociétés de production télévisuelle :
  - Evolution de l'activité globale du secteur
  - Les principaux acteurs du marché
  - L'organisation et le fonctionnement des sociétés de production
  - Les métiers de la production télévisuelle (fonctions et compétences) :
    - Les métiers de production et de gestion
    - Les équipes artistiques (auteurs, réalisateurs, comédiens)
    - Les équipes techniques
    - Les métiers de la vente et de la diffusion

**L'organisation de l'antenne**

**Objectif :**

Connaître les différents postes d'une chaîne

**Contenu :**

Organigramme et définition des fonctions, schémas d'organisations

#### ■ 2<sup>e</sup> journée

36

## Nouvelles télévisions et nouvelles consommations

**Quelques repères historiques**

**Objectif :**

Identifier les différentes étapes marquantes de la télévision de 1970 à nos jours des économies de production correspondantes

**Contenu :**

1972, création de C3 (future France 3)  
 1974, éclatement de l'ORTF  
 1982, lancement du plan câble  
 1984-1987, naissance de la TV privée hertzienne  
 1989, le Médiamat individuel  
 1991, création informelle de France Télévision par Hervé Bourges  
 1992, première formule d'Arte  
 1992, premier bouquet satellite CanalSatellite (analogique)  
 1994, La Cinquième, chaîne du savoir, de la formation et de l'emploi  
 1996-1997, 3 bouquets satellite numériques concurrents : CanalSat, TPS et ABSat  
 1999-2000, le faux départ de la TV locale  
 2004, la TV sur téléphone mobile en 3G  
 2005, la TNT  
 2005-2006, l'essor de l'ADSL-TV  
 2008-2010, l'échec du projet de TMP, Télévision Mobile Personnelle  
 Années 2010, les web-TV, la télévision connectée  
 2012, sélection et lancement de 6 nouvelles chaînes TNT nationales

**Les nouveaux modes de réception et de consommation**

**Objectif :**

Connaître la diversification des modes de diffusion et les nouveaux modes de consommation de la télévision liés au développement de la mobilité et du numérique

**Contenu :**

Les chaînes du câble et du satellite  
 La TNT  
 La télévision sur mobile, la webTV  
 La TVR (catch up)  
 La VàD (VOD)  
 La télévision connectée

**L'écosystème télévisuel**

**Objectif :**

Connaître les paramètres de l'économie des chaînes et la provenance des recettes des diffuseurs

**Contenu :**

Le rôle du CSA  
 Les différentes sources de financement des chaînes  
 Le budget de programme et le coût de la grille  
 La problématique du téléspectateur et de l'audience

#### ■ 3<sup>e</sup> journée

**Panorama des chaînes de télévision françaises**

**Objectif :**

Connaître les principales chaînes de télévision

**Contenu :**

TF1, France Télévisions, Canal+, Lagardère, NRJ, NextRadioTV...  
Développement historique, activités et diversifications, contrôle capitalistique, positionnement et stratégie, performances d'audience, résultats économiques, principaux enjeux actuels

**Les politiques de programmation des diffuseurs**

**Objectif :**

Connaître le panorama des chaînes, leur ligne éditoriale et définir leur politique de programmation

**Contenu :**

Ligne éditoriale : chaînes généralistes publiques et privées, les mini-généralistes, les chaînes thématiques, les chaînes payantes  
L'image de marque  
La programmation : organisation de la grille et contre programmation  
Les grilles de différents diffuseurs

■ **4<sup>e</sup> journée**

**Le COSIP**

**Objectif :**

Connaître le fonctionnement et les moyens de bénéficier du fonds de soutien du CNC pour l'audiovisuel

**Contenu :**

La création du COSIP et de la PROCIREP  
Les mécanismes de financement du compte de soutien  
Les différents types de programmes pouvant bénéficier du compte de soutien  
Les différents types d'aides  
Les conditions d'obtention des aides  
Le calcul du soutien automatique  
Le cas particulier des coproductions internationales

**Les nouveaux modes de production d'un programme audiovisuel**

**Objectif :**

Comprendre la stratégie de financement de projets multi-supports, définir le budget d'un projet multi-support

**Contenu :**

Les aides publics  
Les financements privés  
Le placement de produits  
Le sponsoring  
Le pré-roll vidéo  
Les produits délivrés

■ **5<sup>e</sup> journée**

**La spécificité des contrats télévisuels**

**Objectif :** Connaître les modalités d'engagement et de composition d'une équipe de tournage de documentaire

**Contenu :** À partir de contrats-types liés au documentaire servant de base à la simulation, les stagiaires étudient :  
- La composition de l'équipe de tournage  
- Les spécificités des contrats correspondants (contrats techniciens, droit d'auteur)

■ **SEMAINE 11 :**

**LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS  
CAS PRATIQUE : LA SÉRIE DE FICTION**

■ **1<sup>re</sup> journée**

**Se repérer dans les genres et formats des séries télévisées**

**Objectif :**

Appréhender le contexte des séries TV et leurs enjeux  
Distinguer les grandes familles de séries TV par type, thème, origine de production, durée...  
Comprendre les mécanismes d'acquisition et de programmation des séries : choix des chaînes et des créneaux de diffusion  
Comprendre l'évolution de la programmation des chaînes TV et Les genres émergents.  
Connaître les grands producteurs de séries : histoire et stratégies de développement.

**Contenu :**

Le cadre de la production de la série de fiction en France.  
Son poids économique, son organisation, ses financements,  
Etude comparative de trois modèles (France/GB/ Etats Unis)  
Les lignes éditoriales des chaînes (extraits de séries)

■ **2<sup>e</sup> journée**

**Les codes d'écriture sérielle**

**Objectif :**

Connaître les règles d'écriture sérielle

**Contenu :**

Définition des codes selon les séries à partir d'exemples :  
- les codes visuels et sonores  
- les décors/costumes

■ **3<sup>e</sup> journée**

**La phase de développement**

**Objectif :**

Comprendre le travail de producteur, sa relation avec les auteurs tout au long du processus de développement de la mise en place du concept jusqu'à son exploitation.  
Connaître les étapes de production d'une série en France  
Comprendre la différence entre le système français et le système américain

**Contenu :**

L'implication du producteur et du diffuseur  
- Le rôle du producteur en France  
• La différence entre le rôle du producteur en France et à l'étranger (voir US)



#### - Petites parenthèses sur la méthode US :

- Les différences entre les deux cultures
- L'arrivée des méthodes US : writer room/  
Plus Belle la Vie (différence tout de même  
avec le statut d'auteur) , Showrunner /  
Frédéric Krivine, Eric Ronchant
- La censure des chaînes en France
- La différence au tournage (crossboarding ...)
- La diffusion (usage des grilles ≠)

#### - Les étapes de production :

- L'élaboration du concept
- La Bible
- Le recrutement de ou des auteurs
- Le casting

#### - La recherche de financements,

- L'apport diffuseur,
- Les chaînes, quel circuit (préventes internationales)
- Les exigences des chaînes
- Les exigences des coproducteurs étrangers
- Le dossier de production
- Les différentes commissions et leurs exigences (les aides publiques dont le COSIP)
- La part de risque (moins importante qu'en cinéma)

#### - Le diffuseur

- Le niveau d'intervention (ou d'ingérence) du diffuseur dans la production
- L'intervention sur l'artistique
- Le triangle diffuseur-producteur-auteur/ réalisateur et les alliances

#### - Les contrats d'auteur

- Le chiffrage du devis
  - La prévision du coût de la production à long terme (cumul des coûts, recherche des économies d'échelle)
  - L'échéancier des dépenses et les rapports avec la banque.

#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### Etude du processus de fabrication

##### Objectif :

Comprendre la différence entre le devis facial et le coût de fabrication du film  
Analyser les solutions pour diminuer les coûts

##### Contenu :

A partir du cahier des charges d'une série, établissement du devis par groupe de 3 (chaque groupe devant présenter un poste)  
Adapter un devis pour une série qui n'a pas obtenu tout son financement

#### ■ 5<sup>e</sup> journée

##### La préparation du tournage / le tournage

**Objectif :** Comprendre les étapes de préparation, de tournage, de postproduction et de vente

#### Contenu :

##### - La préparation

- Le cross-boarding
- Le planning de fabrication (de production) : préparation, plan de tournage, finitions.
- Les repérages
- Le choix de la construction du/des décors.
- La gestion des autorisations.

##### - Le tournage

- La fabrication proprement dite (feuille de service, rapports de production, rapports image, visionnage des rushes, relations avec le réalisateur et l'équipe).

#### ■ SEMAINE 12 :

##### LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS CAS PRATIQUE : LA SÉRIE DE FICTION (2)

#### ■ 1<sup>er</sup> et 2<sup>e</sup> journées :

##### -La postproduction

- Enjeux et éléments financiers de la postproduction
- Le cahier des charges techniques
- La planification du workflow
- Estimation des charges de travail pour la mise en oeuvre, les étapes de réalisation technique
- L'optimisation des plannings de postproduction en fonction des moyens techniques disponibles
- Exercice pratique : à partir du cahier de charges, les stagiaires établissent le devis en pondérant les moyens mis en oeuvre avec un budget disponible.

##### - Le transmédia

##### Objectif :

Acquérir une vision d'ensemble du marché de la web série, de ses enjeux et de ses opportunités

##### Contenu :

La web série, avenir du cinéma et de la création ?  
focus sur les Etats-unis : une mutation en cours pour une nouvelle économie de programmes.  
une nouvelle façon de consommer les programmes  
le potentiel pour les créateurs de films et de web série  
la web série au cœur de la politique des studios de cinéma.  
la web série au cœur de la politique des acteurs de l'entertainment : porte ouverte au renouvellement.  
De nouveaux modèles financiers et de création et de nouveaux créateurs

#### ■ LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS

##### CAS PRATIQUE : LE DOCUMENTAIRE



### ■ 3<sup>re</sup> journée

#### Le contenu d'un documentaire et sa production

##### Objectif :

Appréhender la relation auteur/producteur  
Comprendre les différentes étapes de fabrication d'un documentaire

##### Contenu :

Que recouvre le terme de « documentaire » ?  
La place du producteur face à ce projet documentaire  
Les différents types de docu et leur potentiel de financement

**Exercice :** A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient les différentes étapes de la conception et de l'écriture d'un documentaire :

Définition du projet, sélection et évaluation par rapport aux projets concurrents, scénarisation.  
La constitution d'un dossier de présentation artistique et technique à destination des diffuseurs :

- intérêt du sujet,
- note d'intention,
- description de l'esthétique et de la structure du film
- documentation et repérages,
- processus d'interviews et de témoignages.

### ■ 4<sup>e</sup> journée

#### L'implication du producteur et du diffuseur

##### Objectif :

Appréhender la relation auteur/producteur  
Comprendre les différentes étapes de fabrication d'un documentaire

##### Contenu :

Collaborer avec un réalisateur  
Le dossier de production  
Lobbying et réseaux  
Diffusion, promo, versions étrangères (doublage, sous-titrage), édition DVD, VOD, festivals et ventes internationales  
Le diffuseur

### ■ 5<sup>e</sup> journée

#### Le transmédia

**Objectif :** Connaître les différentes étapes de la production d'un webdoc

**Contenu :** Caractéristiques d'un webdoc  
Les différentes formes de narration (arborescence, délinéarisation, entrées multiples)  
Intervenants : métiers et rôles  
Études de cas :

- Pitch
- Synopsis
- Note d'intention
- Description du contenu
- Schématisation d'interactivité
- Stratégie de diffusion
- Budget

##### Objectif :

Comprendre les techniques de financement d'un documentaire  
Savoir chiffrer les postes d'un devis de film documentaire

##### Contenu :

À partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient les possibilités de financement d'un documentaire et procèdent au chiffrage des différents postes du devis  
Les différents éléments du coût d'un documentaire  
Les différentes possibilités de montage financier  
L'apport du diffuseur  
Les différents apports institutionnels ou privés  
Les opportunités et risques de production par rapport au sujet considéré  
Les démarches préalables à l'élaboration d'un devis.

### ■ 2 et 3<sup>e</sup> journées

#### Préparation du film, le suivi du devis, le tournage

##### Objectif :

Connaître les étapes de préparation et de tournage

##### Contenu :

##### Le casting documentaire

- Où trouver les gens?
  - Vrais gens (pour eux-mêmes)
  - Gens avisés
  - Experts et scientifiques
- Ingérence de la chaîne
- La question éthique (les payer? Retours? SAV?)
- Animaux (ex: casting de chien)

##### Repérages

- Autonomes
- Financés par une aide au développement
- Qui les fait? L'assistant? Le réalisateur?

##### L'équipe

- Le choix de l'équipe (le réalisateur choisit ou la production impose)
- L'assistant réalisateur et son rôle, du côté de qui? De la production ou du réalisateur?

##### Contrats

- Contrat avec les diffuseurs (avec administrateur de production dans la chaîne)
- Gestion des fonds institutionnels (CNC, Cosip...)
- Règles du Cosip
- Les marchés complémentaires (replay-TV, VOD, édition)
- Contrats de coproduction
- Droits d'auteurs et salaires, réalités et arrangements pour intermittents
- Réglementations et assurances

##### Gestion des archives

- Ina
- Contrats personnalisés avec ayant droits
- Durée et territoires

##### Planning de production

Qui dépend du devis mais qui affecte aussi le devis

##### Autorisations

Lieux et personnes

## ■ SEMAINE 13 : LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS

### CAS PRATIQUE : LE DOCUMENTAIRE (2)

#### ■ 1<sup>re</sup> journée

##### L'évaluation des coûts et la recherche de financements



#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### La postproduction, la promotion et la distribution

###### Objectif :

Connaître les étapes de la postproduction

###### Contenu :

###### Ce qu'il faut gérer

- Conflit entre prod et post-prod (la post-prod hérite de problèmes non-gérés au tournage)
- À quel moment intervenir?
- L'art d'anticiper, du fait de tous les problèmes liés au numérique
- La check liste numérique (comme pilote) à cause de la complexité des formats tout le long de la chaîne de montage
- Livraison et PAD (données techniques)
- La conservation des rushes (oui ou non et quel support?)
- Le transmédia

###### Les étapes de la post-production

- Transfert des rushes
- Montage image (visions test)
- Insertion archives, animations, effets
- Visionnage diffuseur
- Montage son
- Enregistrement commentaire (quelle voix? Casting voix-off)
- Bruitage
- Enregistrement ou réception de la musique (location studio, contrats musiciens...)
- Étalonnage
- Fabrication des génériques (et versions langues)
- Mixage VF et VI
- Transferts
- Fabrication des PAD
- Livraison film et éléments promotionnels
- Fabrication des éléments de promotion
  - Fiches techniques, résumés
  - Photos du film et photos de tournage
  - Visuels, affiches
  - Site dédié ou pas

###### Diffusion

- Festivals
- Édition de DVD (interne producteur, diffuseur ou commerciale)
- Mise en ligne gratuite ou payante

Les caractéristiques du marché international

##### - La ligne éditoriale et le cahier des charges du magazine

- La définition générale du concept
- La rédaction de la bible
- La construction des plans de financement

#### ■ SEMAINE 14 :

##### LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE FLUX LES ÉMISSIONS DE PLATEAU (2)

###### ■ 1<sup>e</sup> journée

###### L'évaluation des coûts et la recherche de financements (1)

###### Objectif :

- Connaître la préparation et l'organisation logistique générales d'une émission de plateau
- Savoir évaluer le coût d'un magazine et trouver des financements complémentaires

###### Contenu :

À partir d'un cas réel de production de magazine, les stagiaires étudient :

- Le fonctionnement général d'une émission de plateau
- La préparation : matériel nécessaire, composition de l'équipe
- L'élaboration du devis relatif à un épisode du magazine et la prévision du coût de la production à long terme (cumul des coûts, économies d'échelle)
- La recherche de partenaires financiers
- La négociation et les arguments vis-à-vis du diffuseur

###### ■ 2<sup>e</sup> journée

###### L'évaluation des coûts et la recherche de financements (2)

###### Objectif :

Savoir chiffrer le coût de production d'un magazine

###### Contenu :

À partir d'un cas réel de production, les stagiaires procèdent au chiffrage détaillé d'un magazine

###### La rédaction des contrats

###### Objectif :

Savoir analyser les contrats liés à la production d'une émission de flux

###### Contenu :

À partir de contrats-types liés à une émission TV servant de base à la simulation, les stagiaires étudient :

- Les contrats d'engagement de l'équipe artistique (auteurs, réalisateurs, comédiens)
- Les contrats d'engagement des techniciens : négociations, relation avec la convention collective de l'audiovisuel, résolution des litiges

###### ■ 3<sup>e</sup> journée :

###### Le tournage (en direct) et la post-production

###### Objectif :

Connaître l'organisation d'un tournage et de la post-production d'un magazine en direct

###### Contenu :

À partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :

- L'équipe technique et artistique d'un magazine
- La préparation et la réalisation
- Les relations avec le producteur
- La composition du cahier des charges

#### ■ LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE FLUX LES ÉMISSIONS DE PLATEAU

##### ■ 5<sup>re</sup> journée

###### Le développement du concept

###### Objectif :

Savoir présenter un dossier de production d'une émission à un diffuseur

###### Contenu :

À partir d'un cas réel de production de magazine, les stagiaires étudient :

- Les spécificités de la production de magazines
- La négociation et les accords avec les diffuseurs partenaires



- Le travail du directeur de production (repérages, sélection du personnel, matériel de captation et de transmission)
- Le rôle de la production exécutive sur la prévision des dépenses
- La mise en place de la captation
- Les étapes du déroulement des opérations en direct

- Le dispositif technique : la régie multicaméras, le son, la postproduction
- La gestion de la préparation et des équipes
- Les intervenants spécialisés
- La gestion des enregistrements
- Le cas du direct
- Le chiffrage de la captation

**Exercice :** À partir d'une mise en situation de réalisation d'émission en direct, les stagiaires suivent minute après minute les étapes de son déroulement et les difficultés pratiques intervenant au cours de la retransmission : transports, problèmes de liaison son, gestion des demandes d'images par d'autres diffuseurs, Conférences de production, comptes-rendus

#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE FLUX CAS PRATIQUE : LA CAPTATION

###### Objectif :

Définir et comprendre les spécificités techniques et juridiques de la gestion de production d'une captation

Acquérir les outils propres au traitement au traitement de la production de ce type de captation, du cahier des charges au chiffrage du projet

###### Contenu :

Les différents genres de programmes de captation

###### Etude d'un cas pratique : l'évènement sportif

- Définition du projet et de son cahier des charges
- Réunions avec les différents interlocuteurs (chaîne, producteur, prestataire, partenaire de l'évènement...)
- Analyse des besoins techniques
- Repérages (contraintes liées au lieu, temps...)
- Le retroplanning
- Préparation logistique et les différentes implantations techniques (installation du car régie : règles de sécurité, emplacement...)
- Organisation et installation du car régie
- Le tournage
- La gestion des enregistrements et des transmissions
- La gestion du direct et des problématiques liées à la diffusion des signaux image et son (qualité, latence...)
- Droits à l'image
- Droits d'exploitation direct et rediffusions

#### ■ 5<sup>e</sup> journée

##### Étude d'un cas pratique : la captation des spectacles vivants

- Définition du projet et de son cahier des charges
- Les droits d'auteur

###### - Les droits des artistes interprètes et organisateurs du spectacle

- La rémunération des artistes
- Les droits d'adaptation
- Les droits d'exploitation direct et rediffusions
- Le repérage sur site et validation des conditions de mise en place du dispositif technique

### BLOC 3 ; SUIVI ADMINISTRATIF ET JURIDIQUE D'UNE SOCIÉTÉ DE PRODUCTION

#### ■ SEMAINE 15 :

##### L'ENTREPRISE DE PRODUCTION

#### ■ 1<sup>re</sup> journée

##### Les caractéristiques de l'entreprise de production et les règles de droit commun

###### Objectif :

Connaissance des modèles spécifiques des sociétés de production et des conditions de leur constitution

###### Contenu :

- La constitution de l'entreprise de production :
  - Rappel historique
  - La notion de « personne morale » et les actes constitutifs de la création d'une société
  - Le choix d'une forme de société
  - La constitution du capital
  - Les aides à la création d'entreprises
  - L'objet social, la dénomination commerciale et le choix du siège social
  - Les principales caractéristiques des baux commerciaux
  - La gestion de la SARL et de l'EURL
  - Les principes et organes de gestion d'une société anonyme
  - Les démarches nécessaires à la constitution de la société
  - Les autres sociétés et le GIE
- Les particularités de la gestion des entreprises cinématographiques et audiovisuelles

###### • La spécificité des entreprises du secteur dans les domaines juridique, financier, commercial, fiscal, social et comptable

- L'organisation de l'activité de l'entreprise de production en relation avec son environnement
- Les différences de statuts réglementaires pour les sociétés de production

#### ■ 2<sup>e</sup> journée

##### Les principes généraux de la gestion comptable

###### Objectif :

Aperçu des principes généraux de la gestion comptable d'une société de production en relation



avec la gestion comptable du film

#### Contenu :

- La comptabilité générale :
  - Les services comptables des productions, les différents intervenants et leurs missions :
    - \* Le comptable
    - \* Le directeur financier
    - \* L'expert comptable
    - \* Le commissaire aux comptes
- Les relations entre l'assistant de production et les services comptables, l'échange de documents
- La comptabilité du film gérée par l'administrateur de production versus la comptabilité de la société gérée par le comptable de production
- L'enregistrement des pièces (factures, note de frais, chèques, virements...)
- La lecture des comptes (compte, fournisseur ou banque...)
- Le suivi des documents comptable (devis, échéancier, situation, financement)

#### ■ 3<sup>e</sup> journée

##### Le social, la gestion des salaires

#### Objectif :

Aperçu de la rédaction des bulletins de salaires

#### Contenu :

- Les mécanismes pour l'établissement des bulletins de salaires
- Les différentes catégories de salariés et les différentes cotisations sociales
  - Les bases de calcul des régimes sociaux
  - Les délais de déclaration des salaires et la régularisation du compte des cotisations
  - Les abattements fiscaux
  - Les frais professionnels

**Exercice pratique :** Les stagiaires établissent et analysent des bulletins de salaires de plusieurs types de personnels en fonction de leur statut et calculent les cotisations sociales selon les taux en vigueur

##### Les règles de gestion comptable et les méthodes de contrôle de gestion

**Objectif :** Analyse des règles essentielles de la gestion comptable d'une société de production et les méthodes de contrôle de gestion

**Contenu :** Présentation et examen d'une liasse fiscale  
Les règles de comptabilité spécifique à une société de production :  
L'amortissement des films  
les coproductions  
Les méthodes de contrôle de gestion et de comptabilité analytique applicable aux sociétés de production

#### ■ 4<sup>e</sup> journée

##### La finition, la livraison et la sortie du film dans les conditions prévues

**Objectif :** Compréhension des opérations de production par la livraison du film fini dans les délais prévus

**Contenu :** - L'achèvement de la production

- La finalisation du projet sur les plans :
  - comptables : l'état de fin de film et le compte de liaison

#### • administratifs : le dossier pour le visa de la commission de classification

- techniques : le dossier de remise du PAO aux chaînes
- commerciaux : le bilan annoncé, la plaquette publicitaire, la promotion et le budget de sortie

#### ■ 5<sup>e</sup> journée

##### Les différentes missions de l'assistant de production au sein de la société de production

**Objectif :** Capacité à hiérarchiser et traiter les principales missions de l'assistant de production

**Contenu :** Les principales missions de l'assistant de production de la réception des projets au traitement administratif et à la promotion

Les relations avec les auteurs et le réalisateur

Les demandes du producteur

L'organisation quotidienne

Les plannings

Les différentes manifestations, les festivals, la promo

## BLOC 4 : LA COMMUNICATION ET LE MARKETING DIGITAL

### ■ SEMAINE 16 :

#### LE SITE WEB D'UNE SOCIÉTÉ DE PRODUCTION

**Objectif :** Acquérir les bases nécessaires pour créer et personnaliser le site internet d'une société de production et avoir la méthode pour bien le référencer

#### ■ 1<sup>e</sup> journée

##### Objectif :

Comprendre les composantes d'un projet web : clients, besoins, structuration de l'information et graphisme

Comprendre les étapes de création d'un site Wix

Créer, administrer et enrichir le site d'une société de production ou une page web

Gérer de manière autonome le back office d'un site internet

##### Contenu :

Projet web : décryptage des besoins  
Bien identifier sa cible ainsi que ses besoins  
Analyser les comportements : profils types des internautes  
Fonctionnalités de base d'un site  
Préparer le cahier des charges  
Découvrir le HTML  
Présentation des principales balises  
Insertion de liens et d'images  
Structure d'une page HTML, balises et attributs  
Panorama des principales balises : titres, paragraphes, liens, images  
Création de tableaux

**Atelier pratique** : création des premières pages en HTML

## ■ 2<sup>e</sup> journée à la 4<sup>e</sup> journée

### Structuration de l'arborescence

Méthode pour structurer son offre  
L'arborescence  
Les étapes clés d'un projet de site

### L'ergonomie

Qu'est-ce que l'ergonomie ?  
Éléments de navigation  
À quoi sert le webdesign ?  
La mise en valeur de l'information et la communication  
Définir la chartre graphique  
Structurer l'information  
Concevoir l'arborescence du site

### La construction d'un menu

Des informations au service de l'internaute  
Les règles de conception et d'organisation des informations  
Organiser une page  
Respect des règles et conventions

### La gestion de l'apparence graphique

Choix et installation de thème  
Paramétrage du thème  
Modifications (CSS)  
Créer du contenu

### L'insertion du contenu

Les différents champs et comprendre leurs fonctions  
L'insertion du texte et l'optimisation pour son affichage et son référencement  
L'insertion des images  
La publication du contenu  
L'insertion des liens  
La création des formulaires de contact  
L'insertion d'un plan avec Google  
L'intégration d'une vidéo Youtube  
L'activation de commentaires  
L'ajout des formulaires  
L'activation puis paramétrer l'affichage mobile  
Le paramétrage des zones de référencement

## ■ 5<sup>e</sup> journée

### La Version mobile de votre site

Site Parent / Site Enfant  
Présentation de l'interface mobile  
Afficher-Masquer une page  
Changer de page  
Afficher ou masquer un objet  
Modifier la taille des objets  
Afficher / Masquer des sections  
Mode Aperçu et Editeur en version mobile  
Simulations d'écrans avec Screenfly

### Administration de votre site Web

Gestion du site  
Rôles et permissions  
Historique  
Le poids des images  
Le titre d'une page (pour un moteur de recherche)  
Inclure des mots clés dans vos pages Wix

Résumé-Description d'une page  
Interdire une page aux moteurs de recherche

- Une astuce bien utile
- Importance du choix de l'url
- Déclarer et valider la propriété sur Google
- Envoyer le Sitemap à Google
- Outil SEO interne à WIX
- Informations vous concernant

## ■ SEMAINE 17 :

### ■ 1<sup>e</sup> et 2<sup>e</sup> journée

#### L'outil Google Ads

##### Objectif :

Identifier les étapes de création et de mise en place d'une campagne de publicité Ads.

##### Contenu :

Comprendre les notions avancées de référencement payant afin d'être capable de créer, de gérer et d'optimiser les différents types de campagnes Ads.

#### Les principes et le fonctionnement de Google Ads

Les principes et le fonctionnement du Search Marketing  
Données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement  
Les avantages et les inconvénients de Google Ads  
Le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne Ads  
L'audience et les réseaux de ciblage  
Les annonces Ads  
Enchères et qualité  
L'Interface Ads

#### Création et lancement d'une Campagne Google Ads

Définir des objectifs marketing  
Augmenter le trafic vers un site Web  
Constituer une base de données abonnés

#### Les principes et le fonctionnement de Google Ads

Les principes et le fonctionnement du Search Marketing  
Données du Marché, leviers de développement et le principe du référencement  
Les avantages et les inconvénients de Google Ads  
Le glossaire et les différents ratios utilisés dans une campagne Ads  
L'audience et les réseaux de ciblage  
Les annonces Ads  
Enchères et qualité  
L'Interface Ads

#### Création et lancement d'une Campagne Google Ads

Définir des objectifs marketing  
Augmenter le trafic vers un site Web  
Constituer une base de données abonnés

#### Optimiser son site web pour mieux déterminer le ROI

Tester et optimiser son site  
Soigner son contenu  
Sélectionner des pages de destination pertinentes



### Créer sa structure de campagne : Structurer ses campagnes, structurer ses groupes d'annonces

Mettre en oeuvre sa campagne : Définir les paramètres

Créer les groupes d'annonces, rédiger des annonces efficaces et percutantes

Choisir des mots clés pertinents, options de ciblage des mots clés

Fixer son CPC maximum et son budget quotidien

Activer son compte

Résultats et indicateurs de performances : Synthèses et rapports, analyse des Informations

Optimisations de ses campagnes sur Google Ads : Optimiser ses mots clés, des annonces, gérer et exploiter la saisonnalité

Retour sur investissement et suivi des conversions : Statistiques et Google Analytics, suivi des conversions

Exploiter de nouveaux supports : Le réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile

### ■ De la 3e à la 5e journée :

#### Intégrer les réseaux sociaux dans la stratégie marketing

##### Objectif :

Découvrir l'univers du web social : codes et usages.  
Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux sociaux.  
Définir une stratégie de développement via les réseaux sociaux

##### Contenu :

Les nouveaux usages des réseaux sociaux  
S'adapter à la diversification des réseaux sociaux et à leurs spécificités.  
Appréhender l'avènement des communautés sur les réseaux sociaux  
Influenceurs, micro influenceurs et ambassadeurs : saisir l'impact du marketing d'influence.  
Atelier : établir le profil social de ses clients et leurs influenceurs.

#### Utiliser les médias sociaux comme leviers d'engagement

Maîtriser les fondamentaux de Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn...  
Usages, profil utilisateurs, chiffres clés  
Vocabulaire et fonctionnalités spécifiques

#### Optimiser la présence de sa marque sur les réseaux sociaux

Augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux : le SMO (Search Media Optimisation)  
Rédiger et publier des contenus à valeur ajoutée différenciant  
Interactivité et participatif : renforcer l'impact de ses campagnes social

Se constituer un réseau d'influence pour booster la viralité de ses messages sur les réseaux sociaux.

Atelier : maîtriser les nouvelles techniques de

communication en ligne : stories, live streaming...  
Piloter et contrôler sa e-reputation et son personal branding grâce aux réseaux sociaux

#### Adapter sa stratégie de marque selon le média social

Déterminer son positionnement

Développer une ligne éditoriale et un contenu associé

Connaître les bonnes pratiques pour faire le buzz et susciter l'attachement

Etablir une stratégie de marque avec des objectifs et un usage spécifiques

Développer son réseau et son influence : les incontournables pour faire grandir sa communauté de followers

#### Adapter sa stratégie de marque selon le média social

Communiquer par l'image : l'importance du storytelling visuel sur les réseaux sociaux.

Live streaming, vidéos... : comprendre l'impact de la vidéo et l'évolution des formats.

Renforcer sa proximité clients sur les réseaux sociaux: développer ses stories.

Atelier : réaliser et diffuser une story.

## BLOC 5 : LES FONDAMENTAUX DE LA DRAMATURGIE

### ■ LES OUTILS DE LA DRAMATURGIE

Cette partie permet aux stagiaires d'acquérir l'ensemble des notions et outils de dramaturgie, indispensables à l'écriture de scénarios. Elle inclut un panorama des droits d'auteur, indispensable à quiconque exerce ou souhaite exercer une activité professionnelle en relation avec l'écriture de scénario. Sont traités en détail les thèmes suivants :

#### ■ Introduction

Le rôle du scénariste / Le travail de scénarisation.

La place du récit dans l'œuvre audiovisuelle.

Les différents positionnements possibles du scénariste : film expérimental ou film à récit ?

Les contraintes du scénariste : écrire de l'image, écrire pour les spectateurs, écrire pour un « marché »...

Le besoin de « sens » du spectateur / Son besoin de vivre des émotions par procuration, de « faire l'expérience » d'une histoire.

Vue d'ensemble des principes fondamentaux de la dramaturgie: un début, un milieu, une fin.

Le conflit, au cœur de toutes les œuvres dramatiques

Définition du conflit interne et externe, passif et dynamique, présent ou en perspective.

Rôle et fonction du conflit : intérêt et identification du spectateur.  
Écrire de manière conflictuelle.

#### ■ Le début de l'histoire / les prémisses

Les éléments qui constituent la base, les prémisses de l'histoire:

- L'arène de l'histoire.

- La situation initiale ou routine de vie du (ou des) protagoniste(s).

- Le ou les meilleurs protagonistes pour porter l'histoire.

- L'élément déclencheur qui va bouleverser le (ou les) protagoniste(s) de l'histoire et l'emmenner vers « l'aventure ».

(Plusieurs approches, choisies parmi celles des grands théoriciens américains et français, seront abordées pour nourrir la réflexion).

#### ■ La caractérisation des personnages

La nécessité de caractériser les personnages d'un film pour créer l'identification du spectateur.

Les différents degrés de caractérisation selon le genre de film choisi.

Les éléments de caractérisation : passé, présent, futur.

La psychologie des personnages (présentation de quelques outils).

La notion de « spectre » ou événement du passé qui hante encore le protagoniste dans le présent.

Le rôle du conflit dans la caractérisation.

Trait de caractère dominant et nuances.

La question de la transformation des personnages... une question de genre mais aussi de philosophie.

#### ■ Le milieu de l'histoire / le cœur

Les éléments constitutifs du cœur de l'histoire :

Le (ou les) objectif(s) conscient(s) ou inconscients du protagoniste.

Les motivations et l'enjeu du protagoniste ou « qu'a-t-il à perdre s'il n'atteint pas son objectif ? ».

Les moyens mis en œuvre par le protagoniste pour atteindre son (ou ses) objectif(s).

Les obstacles rencontrés par le protagoniste dans l'atteinte de son (ou ses) objectif(s).

Les nœuds dramatiques qui relancent l'action, renforcent les obstacles, créent une urgence, densifient l'enjeu... réveillent le spectateur !

#### ■ La fin de l'histoire / le climax

Le « point de vue » de l'auteur

Le dénouement d'une histoire.

Le climax et la résolution.

La montée en crescendo vers le climax.

Pas de bonne fin sans un bon début.

Le happy-end, la fin tragique, la fin nuancée : signification et maniement.

Les structures modifiées : fausse fin et coup de théâtre.

La montée du suspens / le compte-à-rebours.

Réflexion sur le point de vue de l'auteur (qui se situe en partie dans le choix de la fin).

#### ■ La place du spectateur dans le processus narratif

Le spectateur, partenaire officiel du processus narratif.

La préparation et le paiement.

L'ironie dramatique / La surprise / Le mystère.

La nécessité de clarté (des personnages et des éléments de l'intrigue).

Le suspens qui fait participer consciemment le spectateur.

Le sous-texte qui fait participer inconsciemment le spectateur.

#### ■ Structurer son histoire

Les mêmes éléments de dramaturgie pour une multitude de structures possibles.

La structure qui vient de l'intérieur et non de l'extérieur.

La place et le rôle de (ou des) sous-intrigue(s) dans une histoire.

#### ■ La scène et le dialogue

La structure de la scène : un début, un milieu, une fin (aussi !)

La scène conflictuelle.

Le changement de « température » d'une scène.

Les scènes les unes avec les autres.

La présentation de la scène.

#### ■ Le bon et le mauvais dialogue : ce qui les différencie

Dialogue et caractérisation.

Dialogue et informations.

Dialogue et sous-texte.

Dialogue et musicalité.

#### ■ Les outils de démarchage et de présentation

Le pitch dramatique : protagoniste / objectif / promesses de conflit.

Le synopsis.

Le traitement.

La continuité dialoguée.

La note d'intention d'auteur.

#### ■ Bilan de la partie théorique et lancement des projets individuels

Tour de table des participants / Questions et bilan.

Choix des projets qui seront développés dans le cadre de l'atelier.

## ■ BILAN DE FORMATION

### EVALUATION DES BLOCS "Assistant de Production"

- Evaluation des connaissances théoriques *20min d'ora*Il s'agit de questions correspondant aux sujets abordés tout au long de la formation soit par le formateur référent, soit par un intervenant extérieur.

La correction se déroule impérativement sous l'anonymat ; les candidats (es) doivent donc utiliser les feuilles distribuées à cet effet par les surveillants (es).

- Etude de cas en centre suivie d'une soutenance orale

Il s'agit d'un exercice pratique préparé en centre présenté individuellement ou par deux, face à un jury.

Les candidats (es) travaillent à partir d'un concept, d'un cahier des charges ou d'un scénario selon le projet proposé (scénario de long métrage, concept de magazine, bible de série, dossier documentaire).



# C.G.V. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

## **I . INSCRIPTION**

Toute personne souhaitant suivre l'un des programmes du CEFPF doit au préalable rencontrer l'un des responsables du service « sélection, orientation et suivi des stagiaires ». Celui-ci détermine si le candidat satisfait aux pré-requis du stage de manière à constituer son dossier.

Les stagiaires reconnaissent avoir pris connaissance, au cours de l'entretien d'orientation, de l'ensemble des informations relatives aux unités pédagogiques. Ils ont, au cours de cet entretien, déterminé leur choix concernant la formation qu'ils vont suivre.

Les candidats doivent respecter les critères de prise en charge et les délais de dépôt de dossier, prévus par leur fonds de formation.

Les inscriptions sont effectuées dans la limite des places disponibles et sous réserve de la confirmation de prise en charge par le fonds de formation. Chaque stagiaire reçoit une convocation la semaine précédant son entrée en formation.

## **II . ANNULATION, ABSENCE ET REPORT**

Toute annulation doit être signalée au CEFPF le plus tôt possible avant la formation, par téléphone et par confirmation écrite.

Toute absence injustifiée au cours de la formation est facturée directement au stagiaire selon le tarif en vigueur.

## **III . RÈGLEMENT**

Toute part de financement individuel doit être réglée par le stagiaire avant son entrée en stage.

## **IV . LOGICIELS INFORMATIQUES**

Conformément à l'article 122-6 du Code de la Propriété Intellectuelle, l'étudiant est tenu de n'introduire aucun logiciel dans les ordinateurs du CEFPF. De même, il est tenu de ne pas recopier de logiciels pour son usage personnel. Tout contrevenant s'expose à des poursuites.

## **V . GARANTIES**

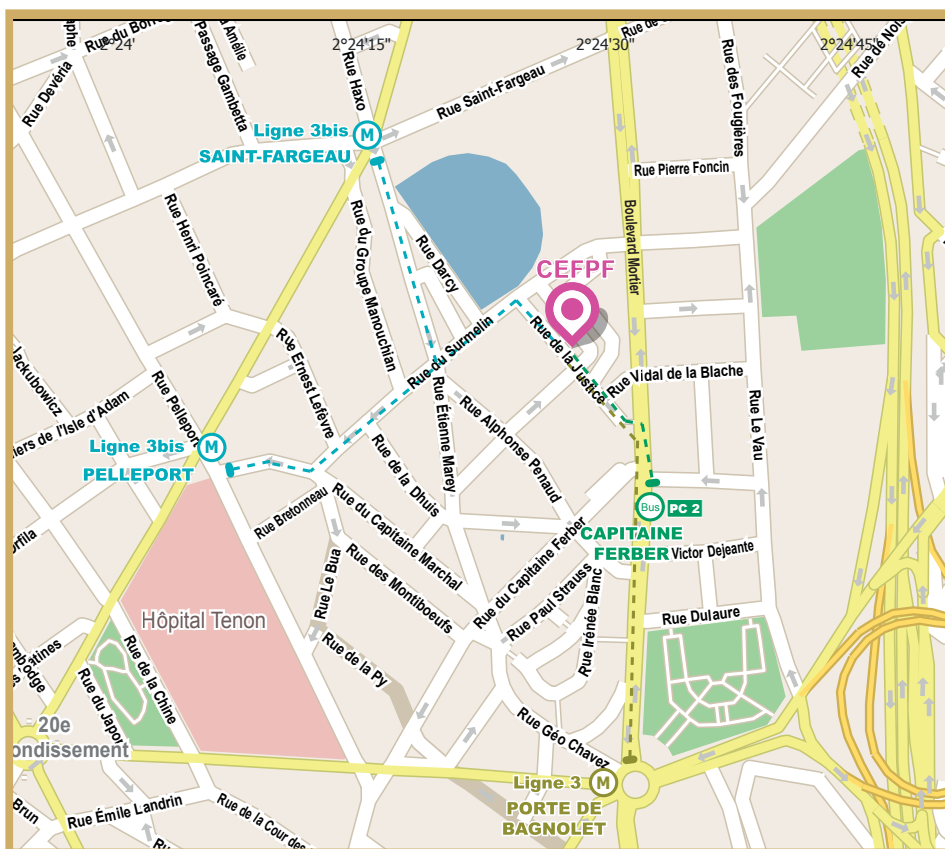
Le CEFPF ne pourra être tenu responsable des modifications survenues à la suite d'événements indépendants de sa volonté, en particulier en cas d'annulation d'un stage par suite d'une insuffisance d'inscriptions.

L'ensemble des formateurs étant des professionnels, le CEFPF se réserve le droit de changer de formateur ou de reporter l'intervention à une date ultérieure pendant la durée du stage, en cas d'indisponibilité de dernière minute de l'intervenant initialement prévu.





# CENTRE PRIVÉ EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS



## ACCUEIL DU PUBLIC

19 et 19 bis, rue de la Justice  
75020 Paris

## NOUS CONTACTER

### PAR COURRIER

55, rue Etienne Marey  
75020 Paris

Standard : 01 40 30 22 35

Fax : 01 40 30 41 69

Email : [info@cefpf.com](mailto:info@cefpf.com)

[www.cefpf.com](http://www.cefpf.com)

retrouvez-nous sur **Facebook**

 [www.facebook.com/CEFPF](http://www.facebook.com/CEFPF)

