

Le premier centre de formation des professionnels de l'audiovisuel



FORMATIONS

2011-2012

Stages courts
(accessibles en DIF)



CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS



L'offre de formation du CEFPPF	P 2
Stages courts	P 5
Chapitre I : L'environnement économique et juridique des marchés de l'audiovisuel	P 8
Chapitre II : Les mécanismes de production et de diffusion des œuvres audiovisuelles	P 10
Chapitre III : Les principes de création et de gestion d'une entreprise audiovisuelle	P 18
Chapitre IV : Les mécanismes de financement du cinéma	P 21
Chapitre V : Les droits et les contrats audiovisuels	P 23
Chapitre VI: Les nouvelles technologies et les stratégies d'entreprise	P 28
Les Formateurs	P 31
Conditions générales de vente	P 34

L'offre de formation du CEFPF

* **Le CEFPF** a été créé en 1992 par un syndicat de producteurs de films indépendants de cinéma (l'AFPF, Association Française des Producteurs de Films), à l'initiative d'Anatole DAUMAN (producteur de *l'Année Dernière à Marienbad* et *Hiroshima mon amour* d'Alain Resnais, *Paris-Texas*, *les Ailes du Désir* et *Jusqu'au bout du Monde* de Wim Wenders, *le Tambour* de Volker Schlöndorff...) et de Jean-Pierre BARNAUD (ancien consultant CEGOS et actuel Directeur du Centre). Jacques FLAUD, ancien Directeur Général du CNC puis fondateur de l'AGICOA et Louis DUCHESNE alors Délégué Général de l'AFPF apportèrent également un concours décisif aux premières années d'activité du centre.

* **Spécialisé en production et en écriture de scénario**, le CEFPF est devenu le premier centre de formation pour les intermittents du spectacle dans ce domaine. Il s'est diversifié depuis dans des stages relatifs à la réalisation, aux techniques de tournage, à l'art dramatique, aux nouveaux médias. Agréé par l'Etat et la Commission Nationale de Certification Professionnelle (CNCP), il est habilité à délivrer un titre national de préparation au métier d'Assistant de production. Il est également habilité à délivrer des certificats d'Assistant de production et d'Assistant réalisateur par la Fédération de la Formation Professionnelle (FFP). Fort de **15 ans d'existence**, il compte **250 formateurs** (tous professionnels en activité) et plus de **4000 anciens stagiaires**. Ses principaux **partenaires** sont : l'Assurance Formation des Activités du Spectacle (AFDAS), le Conseil Régional d'Ile-de-France, le FONGECIF, la DDTE. Il est qualifié OPQF

* **La qualification OPQF : La Marque du Professionnalisme** La Qualification OPQF (délivrée par l'Office Professionnel de Qualification des Organismes de Formation) constitue une reconnaissance de professionnalisme et engage l'organisme de formation dans une démarche de progrès permanent. Cette reconnaissance a été obtenue et validée à travers un processus en trois étapes : l'instruction de la demande par un instructeur professionnel reconnu de la formation professionnelle continue ; un avis collégial émis par une commission composée de l'ensemble des instructeurs ; et enfin la décision d'un comité (comprenant des professionnels, des représentants de clients et un représentant de l'Etat) attribuant la qualification.

Pour vous, la qualification est une aide au choix d'un organisme de formation. En effet, elle crée les conditions d'une relation de confiance tout en étant le gage d'une coproduction efficace.

* L'offre de stages présentée ici s'inspire des programmes de formation existant au CEFPF en matière de production audiovisuelle. Il s'agit tantôt de stages de durée courte (1/2 journée à 5 jours, accessibles dans le cadre des DIF), tantôt de stages longs (préparation à un nouvel emploi, changement important de poste, réorientation, rebond après un licenciement...) de 4 à 9 semaines. Tous sont ciblés et adaptés aux besoins des salariés de l'audiovisuel.

* L'offre courte se compose de **6 rubriques distinctes** :

- des modules introductifs à l'audiovisuel : « **L'environnement économique et juridique des marchés de l'audiovisuel** »
- des modules de spécialisation en production et diffusion : « **Les mécanismes de production et de diffusion des œuvres audiovisuelles** »
- des modules consacrés à la gestion : « **Les principes de création et de gestion d'une entreprise audiovisuelle** »
- des modules consacrés aux financements de l'œuvre cinématographique : « **Les mécanismes de financement du cinéma** »
- des modules juridiques : « **Les droits et les contrats audiovisuels** »
- enfin, des modules consacrés à l'utilisation des nouvelles technologies avec un fort accent sur la mesure de la performance et la maîtrise des coûts : « **Les nouvelles technologies et les stratégies d'entreprise** »

* L'offre longue se compose de **19 programmes** : voir catalogue programmes longs

- un stage dressant un panorama de la TV : « **Produire pour la télévision** »
- un stage consacré au travail « **d'Assistant de réalisation** »
- un stage spécialisé dans la « **Direction de production** »
- un stage de « **Direction de post-production** »
- un stage intitulé « **La Réalisation de fiction : les choix artistiques et les solutions techniques** »
- un stage consacré au montage : « **Le Montage : Construire ses choix artistiques en tenant compte des conditions techniques** »
- un stage consacré au « **Scénario** » de long métrage
- un stage consacré au « **Scénario** » de série
- un stage intitulé « **Réaliser un court métrage ou une fiction courte** »
- un stage « **Réaliser un documentaire** »
- un stage spécifique pour la « **Scripte cinéma et film de télévision** »
- un stage consacré au travail du comédien « **Comédiens : perfectionnez l'intensité de votre jeu et valorisez vos atouts face à la caméra** »
- un stage consacré à la régie : « **Régisseur de fiction** »
- un stage intitulé : « **Assistant de production cinéma** »
- un stage intitulé : « **Chargé de production pour la télévision** »
- un stage intitulé « **Concevoir, réaliser et financer des contenus pour les nouveaux médias** »
- un stage intitulé « **Administrateur de production** »
- un stage intitulé « **Le Directeur d'Acteurs** »

***TARIFS : 200 euros HT la 1/2 journée
350 euros HT la journée
1100 euros HT la journée en intra-entreprise***

* La **souplesse d'organisation** de ces stages permet aux responsables de formation et salariés de l'audiovisuel de choisir entre une formation dispensée **au CEFPF** et une formation dispensée **intra-entreprise** (pour les cycles courts).

Des programmes spécifiques « à la carte » peuvent également être conçus à la demande des salariés ou des responsables de formation.

Stages courts
(1 / 2 journée à 5 jours)
Accessibles en DIF

**Ajoutez des compétences
à votre profil**

Perfectionnement professionnel
Actualisation des connaissances
Acquisition de compétences

Présentation synoptique

1. L'environnement économique et juridique des marchés de l'audiovisuel

Les dispositions législatives et réglementaires :
organisation, pouvoirs, aides, soutiens, décisions
européennes

Les clés de l'activité économique des sociétés de
production et les métiers de la production
télévisuelle

2. Les mécanismes de production et de diffusion des œuvres audiovisuelles

Les aides à la production télévisuelle : le rôle et le
fonctionnement du COSIP

Les spécificités de la production d'un jeu télévisé
(cas pratique)

Concevoir, produire, vendre un film d'animation
(cas pratique)

La production d'une fiction (vue à travers l'exemple
d'une série) – Exercice de simulation

Le documentaire : Exercice de simulation

Le magazine : Exercice de simulation

Les marchés et les festivals internationaux
Les métiers de la vente de programmes télévisuels

3. Les principes de création et de gestion d'une entreprise audiovisuelle

Les principales étapes de la création
d'une société de production

Les principes généraux de gestion comptable
appliqués au secteur audiovisuel

La gestion sociale des personnels de l'audiovisuel

La gestion des salaires dans l'audiovisuel

4. Les mécanismes de financement du cinéma

Les services et les aides du CNC

Les SOFICA

Le crédit d'impôt

Les mécanismes des soutiens européens et les interventions des collectivités territoriales

Exemple de montage financier d'une production

5. Les droits et les contrats audiovisuels

La cession des droits de l'auteur au producteur

La rédaction des contrats d'auteur

Les droits voisins et le droit à l'image

Les droits musicaux et leur gestion

Le cadre juridique de la diffusion par câble

Les spécificités des contrats télévisuels

Les contrats d'assurance et la garantie de bonne fin

6. Les nouvelles technologies et les stratégies d'entreprise

Les nouveaux médias : état des lieux

Panorama des contenus et écritures pour les nouveaux médias (1) et (2)

Modèles économiques émergents dans l'économie des nouveaux médias

Aides et mécanismes de production, le rôle du CNC

Les partenaires financiers et les stratégies de production et de diffusion pour les nouveaux médias

Chapitre I

L'environnement économique et juridique des marchés de l'audiovisuel

Ces modules d'introduction au fonctionnement économique et réglementaire du secteur audiovisuel sont une entrée en matière efficace pour quiconque bénéficie d'un premier emploi dans l'audiovisuel ou souhaite actualiser ses connaissances concernant l'environnement général du secteur.

Les dispositions législatives et réglementaires : organisation et pouvoirs

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les caractéristiques de l'intervention des pouvoirs publics.

Contenu : Une politique de régulation et de soutien à la création audiovisuelle.

Le fonctionnement des différentes instances concernées :

- les Ministères, le Centre National de la Cinématographie,
- le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, le Conseil d'Etat,
- La Commission de Classification,
- le Registre Public du Cinéma et de l'Audiovisuel.

L'organigramme du CNC et le rôle de ses différents services.

Les dispositions législatives et réglementaires : aides et soutiens, décisions européennes

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les acteurs institutionnels qui favorisent et régulent l'activité économique du secteur.

Contenu : Panorama des soutiens publics aux productions cinématographiques et audiovisuelles :

- la nature générale de leur intention : une volonté d'harmonisation et d'équilibre,

- les grandes orientations des soutiens sélectifs et automatiques dans les différentes branches,
- les décisions communautaires concernant l'audiovisuel.

Les clés de l'activité économique des sociétés de production et les métiers de la production TV

Durée : 8 heures

Objectif : Identifier les caractéristiques actuelles de l'activité des sociétés de production pour la télévision.
Connaître les compétences et les fonctions des différents corps de métier intervenant sur une production télévisuelle.

Contenu : L'évolution économique des sociétés de production télévisuelle :

- évolution 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 TV (fonctions, 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.

Chapitre II

Les mécanismes de production et de diffusion des œuvres audiovisuelles

La production et la diffusion de programmes audiovisuels s'inscrivent dans une économie de plus en plus complexe. Les salariés du secteur audiovisuel ne peuvent en ignorer les mécanismes fondamentaux. Ces modules de spécialisation s'adressent à tous les collaborateurs de l'entreprise concernés par le montage financier et la production des principaux types d'œuvres et de programmes audiovisuels (fiction, documentaire, magazine, émission de jeux, film d'animation), ainsi que les conditions de leur vente et de leur diffusion, en fonction des problématiques actuelles de l'évolution du secteur. Ces modules de formation sont notamment animés par des producteurs de programmes télévisuels, par des représentants du Centre National de la Cinématographie et par des collaborateurs des principales chaînes de télévision chargés de gérer les préachats et les coproductions.

Les aides à la production télévisuelle : Le rôle et le fonctionnement du COSIP

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les principes du soutien automatique et du soutien sélectif du COSIP.

Contenu : La création du COSIP,
Les mécanismes de financements du compte de soutien,
Les différents types de programmes pouvant bénéficier du compte de soutien,
Les différents types d'aides et les conditions de leur obtention,
Le calcul du soutien automatique,
Le cas particulier des coproductions internationales.

Les spécificités de la production d'un jeu télévisé (cas pratique)

Durée : 8 heures

Objectif : **Pouvoir élaborer le montage financier d'une émission de jeu.**

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

- la préparation artistique et exécutive d'une émission de jeu,
- le concept du jeu et l'importance de l'audience,
- les négociations avec le diffuseur,
- la recherche de financements institutionnels et privés,
- les caractéristiques de la production,
- le sponsoring.

Concevoir, produire, vendre un film d'animation (cas pratique)

Durée : 8 heures

Objectif : **Connaître les conditions de la conception, de la production et de la vente d'un film d'animation.**

Contenu : Présentation du marché de l'animation.

A partir d'un cas réel de production, les stagiaires analysent :

- la conception et le développement d'un projet : écriture de la bible et réalisation du pilote.
- la fabrication de la série animée : scénarii, story-board.
- les techniques et les acteurs intervenant dans la fabrication du dessin animé.
- les études de coût et de faisabilité : devis, recherche de financements.
- les différents intervenants dans le financement.

La fiction (vue à travers l'exemple d'une série) Simulation professionnelle de production

Durée : 35 heures (5 jours)

Objectifs : Savoir appréhender les conditions du développement d'une fiction télévisée.

Pouvoir établir son coût.

Connaître les modalités d'engagement et de composition des équipes artistiques et techniques.

Connaître l'organisation du tournage et de la post-production, ainsi que les modalités de diffusion et de vente d'une fiction télévisée.

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

La différence "conventionnelle" entre feuilleton et série.

L'élément fédérateur : le système de récurrence :

- des concepts (thèmes, "gimmicks");
- des personnages;
- des comédiens;
- des décors;
- autres (accessoires, véhicules...);
- de la diffusion.

Le développement :

- établissement du cahier des charges avec le diffuseur;
- la rédaction de la Bible;
- la convention d'écriture;
- l'élaboration et le suivi des scénarios;
- pré-casting et pré-repérages.

La différence entre devis (interne) et budget (devis externe).

Le chiffrage du devis d'un épisode et le devis CNC.

La prévision du coût de la production à long terme (cumul des coûts, recherche des économies d'échelle).

Le cross-boarding et les planifications de tournage.

Les montants des financements (l'apport diffuseur, le COSIP, la vente à l'étranger, les possibilités de coproductions, les aides...)

L'échéancier des dépenses et les rapports avec la banque.

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.

Le planning de fabrication (de production) : préparation, plan de tournage, finitions.

Les différents intervenants techniques (laboratoire...)

Le choix de la construction du / des décors.

La gestion des autorisations.

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

Les travaux de finition (montage image, montage des directs, montage son, synchro, bruitage, montage des musiques, mixage).

Les étapes de la livraison au diffuseur.

La politique et la ligne éditoriale des diffuseurs en matière de fiction télévisée, les différents paramètres de la diffusion d'une série.

L'impact de l'audience sur la reconduction de la série et sur les scénarios.

Les ventes à l'international, les rencontres, festivals et marchés.

Le documentaire

Simulation professionnelle de production

Durée : 35 heures (5 jours)

Objectifs : Apprendre à mettre en oeuvre un projet de documentaire.

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

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

**Connaître l'organisation du tournage et de la post-production d'un
documentaire et pouvoir optimiser la diffusion d'un film documentaire.**

Contenu : 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...

Les différents éléments du coût du documentaire.

Les différentes possibilités de montages financiers.

- 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.

La méthode et le chiffrage du devis d'un documentaire.

La composition de l'équipe de tournage et les spécificités des contrats
correspondants.

Le planning de production d'un documentaire : préparation,
autorisations, planning de tournage.

Le déroulement du tournage proprement dit.

La gestion de la post-production et les travaux de finition.

La livraison au diffuseur.

Les caractéristiques du marché du documentaire.

Les différentes possibilités de diffusion et les circuits de distribution nationale et internationale.

Les outils nécessaires à l'optimisation des ventes.

Les méthodes de négociations avec un client.

Les contrats spécifiques (achat de droits, cession à une chaîne et à un distributeur).

La finalisation d'un plan marketing.

L'analyse des marchés complémentaires (vidéo, DVD, Pay TV).

Le magazine

Simulation professionnelle de production

Durée : 35 heures (5 jours)

Objectifs : **Savoir présenter un dossier de production de magazine à un diffuseur.**

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.

Savoir chiffrer le coût de production d'un magazine.

Savoir analyser les contrats liés à la production d'un magazine.

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

Pouvoir négocier avec le diffuseur la pérennité d'un magazine.

Connaître les opportunités et l'approche stratégique de la vente sur les nouveaux médias.

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

Les spécificités de la production de magazines.

La négociation et les accords avec les diffuseurs partenaires.

La ligne éditoriale et le cahier des charges du magazine.

La définition générale du concept.

La rédaction de la bible.

La constitution des plans de financement.

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.
Le chiffrage détaillé d'un magazine.

Analyse et corrections avec le formateur.

Les contrats avec les partenaires (diffuseur, financeurs).
Les contrats avec les équipes artistiques et techniques.

L'équipe technique et artistique d'un magazine.
La préparation et la réalisation.
Les relations avec le producteur.

La composition du cahier des charges.
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 du direct.

Simulation :

A 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 liaisons son, gestion des demandes d'images par d'autres diffuseurs, conférences de production, comptes-rendus.

La reconduction du magazine :

La durée de vie moyenne d'un magazine.

La reconduction d'un magazine en fonction :

- de la ligne éditoriale du diffuseur;
- des résultats de l'audience;
- de la grille de programmes.

Analyse des éléments possibles de négociation pour le cas considéré.

Les nouvelles opportunités de vente et de diffusion :

L'opportunité des nouveaux médias face au monopole de la diffusion télévisuelle.

La vente en ligne au grand public via un site Internet dédié.

Les conséquences sur le marketing et la vente de programmes.

Le contexte juridique de la vente de programmes sur Internet.

Les marchés et les festivals internationaux

Les métiers de la vente de programmes télévisuels

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître le fonctionnement des grands marchés et des festivals de films de cinéma et de programmes audiovisuels.
Comprendre comment faire connaître puis vendre les programmes télévisuels français à l'étranger.

Contenu : L'importance des festivals et des marchés internationaux :

- les festivals de cinéma : Cannes, Deauville, Venise, Berlin, New-York,...
- les marchés de programmes audiovisuels : "Rendez-Vous", Mip Com, Mip Asia, Showcase, NATPEE, Sunnyside,...

La préparation d'un marché :

- l'organisation préalable et les phases préparatoires à la négociation.
- les contraintes liées au marché,
- la diversité des tarifs des programmes audiovisuels,

La vente :

- la notion de "vente" dans le secteur audiovisuel,
- les droits en fonction des différents médias,
- l'exercice du métier de vendeur et les déterminants de son action : son activité sur le marché et hors-marché.

Chapitre III

Les principes de création et de gestion d'une entreprise audiovisuelle

Ces modules s'adressent à tous les créateurs ou collaborateurs d'entreprise en charge de sa gestion courante : modalités de constitution de la société, comptabilité, paie, application de la législation sociale et fiscale, selon les dispositions spécifiques en vigueur dans le secteur audiovisuel.

Ces modules sont principalement animés par des comptables et des administrateurs de production.

Les principales étapes de la création d'une société de production

Durée : 8 heures

Objectif : Connaître les principales démarches juridiques et financières qui mènent à la création d'une société de production.

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 et 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.

Les principes généraux de gestion comptable appliqués au secteur audiovisuel

Durée : 8 heures

Objectif : Connaître les bases de la comptabilité appliquée à une société de production.

Contenu : La comptabilité générale :

- l'utilité de la comptabilité générale,
- les principes comptables appliqués à l'audiovisuel,
- les livres légaux, le plan comptable, la notion de partie double,
- la constitution de la balance des comptes,
- la notion de bilan et le détail de ses postes,
- la notion de compte de résultat et le détail de ses postes,
- le passage de la balance au compte de résultat,
- la liasse fiscale,
- les notions d'immobilisation, d'amortissement et les règles spécifiques en matière cinématographique et audiovisuelle.

La gestion sociale du personnel de l'audiovisuel

Durée : 8 heures

Objectif : Savoir utiliser les principes du droit social en matière d'emploi et connaître les mécanismes d'application des obligations sociales.

Contenu : Les contrats de travail :

- définition d'un contrat de travail.
- les caractéristiques du contrat à durée déterminée (CDD).
- l'utilisation des CDD dans les professions de l'audiovisuel.
- les conditions d'exécution pécuniaire des contrats.

L'application du droit social :

- les congés payés du spectacle,
- la gestion du chômage et de la retraite,
- les retenues sociales du régime général,
- les principales cotisations et le régime de sécurité sociale,
- le régime des artistes du spectacle.

La gestion des salaires dans l'audiovisuel

Durée : 4 heures

Objectif : Apprendre à établir des bulletins de salaires en fonction des différentes catégories de personnels de l'audiovisuel.

Contenu : Les mécanismes pour l'établissement des bulletins de salaires dans l'audiovisuel :

- les différentes catégories de salariés et les cotisations,
- les bases de calcul des régimes sociaux,
- les délais de déclaration des salaires et la régularisation du compte des cotisations,
- les abattements fiscaux et les frais professionnels.

Exercice pratique : établissement des bulletins de salaires de plusieurs types de personnels audiovisuels en fonction de leur statut et calcul des cotisations sociales selon les taux en vigueur.

Chapitre IV

Les mécanismes de financement du cinéma

Ces modules s'adressent aux collaborateurs des sociétés de production cinématographique qui souhaitent actualiser leurs connaissances des différentes sources d'investissements, qu'elles soient institutionnelles ou privées, dans le cinéma ainsi que des possibilités de montages financiers des films.

Ces modules sont principalement animés par des représentants des principales institutions publiques et privées.

Les services et les aides du CNC

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître l'organisation du CNC et son intervention dans la production.

Contenu : Le rôle du CNC et les mécanismes de son intervention,
Le budget du CNC : ses ressources et ses charges,
Le fonctionnement de l'aide automatique,
Les critères et les modalités d'attribution des aides sélectives,
La contribution du COSIP au cinéma.

Les SOFICA

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les conditions d'intervention des SOFICA dans le financement d'un film.

Contenu : L'historique de leur développement et de leur rôle depuis leur création,
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,
Cas pratique : analyse de contrats.

Le crédit d'impôt

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les conditions d'obtention du crédit d'impôt en France et à l'étranger

Les mécanismes des soutiens européens et les interventions des collectivités territoriales

Durée : 4 heures

Objectif : Etre en mesure d'accéder aux aides européennes.
Connaître les apports des collectivités territoriales à l'industrie cinématographique et audiovisuelle.

Contenu : Le programme Media,
Les actions du plan Media II,
Les critères de sélection des projets,
Media Plus : nouvelles dispositions, nouveaux budgets,
Les autres aides et soutiens au développement du cinéma européen
- le rôle d'Eurimage,
- les aides particulières de l'Union Européenne.
Historique des politiques territoriales en matière cinématographique.
Inventaire des différentes politiques des régions.
Etude d'un tournage en région.

Exemple de montage financier d'une production

Durée : 4 heures

Objectif : Comprendre l'articulation globale du financement d'un projet.

Contenu : Exercice pratique :
Analyse d'un plan de financement de film :
- La réunion des moyens financiers,
- Le développement du projet de film en fonction des objectifs de création et des contraintes budgétaires
Analyse de dossiers d'agrément : examens de différents plans de financement selon les budgets et les caractéristiques des films produits.
Le dossier d'agrément à destination du CNC.

Chapitre V

Les droits et les contrats audiovisuels

Ces modules offrent une spécialisation dans les principaux domaines juridiques de l'audiovisuel : droits d'auteur, droits à l'image, droits musicaux, ... Ils s'adressent aux responsables ou services juridiques des entreprises, mais également à tous les collaborateurs amenés à négocier des droits audiovisuels dans le cadre de montage ou de suivi de projet.

Ces modules sont principalement animés par des avocats et des juristes d'entreprise spécialisés dans la production audiovisuelle.

La cession des droits de l'auteur au producteur

Durée : 4 heures

Objectif : **Pouvoir appliquer le droit des auteurs dans le respect de la loi et dans la connaissance de la jurisprudence.**

Contenu : Définition du droit d'auteur, de l'oeuvre audiovisuelle et de sa divulgation.

Les dispositions du Code de la Propriété Intellectuelle :

- la qualification du statut d'auteur et la nature de ses droits,
- les ayant-droits à la qualité d'auteur,
- les différentes formes d'oeuvres,
- 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 oeuvres :

- les droits à la paternité de l'oeuvre,
- les critères et les formalités de protection de l'oeuvre.

Les problématiques du droit des auteurs :

- les problèmes soulevés par les nouveaux moyens de diffusion,
- les différentes formes d'atteintes à la pérennité des oeuvres,
- les recours contre les infractions

La rédaction des contrats d'auteur

Durée : 4 heures

Objectif : **Savoir rédiger des contrats d'auteurs selon les obligations légales et les usages professionnels.**

Contenu : Les implications de la cession des droits :

- les conséquences et la destination de la cession des droits,
- les caractéristiques de la cession,
- les droits attachés à l'oeuvre ou exclus par contrats,
- la capacité des signataires,
- la forme des contrats.

Le rôle et la fonction des sociétés de gestion collective des droits d'auteur :

- le fonctionnement de la SACD et de la SCAM,
- les conséquences de l'adhésion à leurs statuts,
- les agents et les sociétés intervenant aux contrats.

La répartition des recettes et les rémunérations :

- la rémunération proportionnelle et le minimum garanti,
- la délégation de recettes de l'auteur au producteur,
- les obligations réciproques de l'auteur et du producteur,
- la portée des clauses mettant fin aux contrats d'auteurs,
- l'importance du Registre Public de la Cinématographie et de l'Audiovisuel (RPCA).

Les droits voisins et le droit à l'image

Durée : 8 heures

Objectif : **Pouvoir appliquer les droits voisins du droit d'auteur dans le respect de la loi et dans la connaissance de la jurisprudence. Connaître la notion de droit à l'image et ses implications en fonction des différentes situations de tournage.**

Contenu : La notion de droits voisins :

- rappel sur l'origine et la construction de ces droits,
- intérêt d'un droit spécifique.

Identification et descriptif des droits voisins :

- les droits voisins des artistes interprètes,
- les droits voisins des producteurs de vidéogrammes et des producteurs de phonogrammes,
- le droit voisin des entreprises de l'audiovisuelle.

Étude d'un droit voisin très proche du droit d'auteur : celui des artistes interprètes :

Personnes physiques, les artistes interprètes sont titulaires d'un droit patrimonial. Ils disposent également d'un droit moral.

L'interaction entre titulaires de droits :

- le contrat entre le producteur audiovisuel et l'artiste interprète,
- les différents types de contrats entre le producteur de phonogrammes et les artistes interprètes : contrat d'exclusivité, contrat avec les musiciens « du rang »,
- analyse des différences et conséquences en production audiovisuelle.

Les exceptions à la protection des droits voisins :

- les exceptions traditionnelles,
- la licence égale d'utilisation des phonogrammes du commerce : état juridique de la question et conséquences prévisibles pour les producteurs et les diffuseurs télé.

La gestion des droits voisins :

- gestion individuelle ou collective,
- rôles respectifs des syndicats et des sociétés de gestion collective,
- conséquences de la qualité de salariés des artistes interprètes sur la gestion des droits.

Définition du droit à l'image.

Cas où les personnes sont filmées dans un lieu public sans savoir qu'elles sont filmées, ni pourquoi, ni par qui (ex : voie publique) :

- l'identification des personnes,
- l'atteinte potentielle à leur dignité.

Cas où les personnes savent par qui et pour quoi elles sont filmées :

- quelle forme écrite ou orale donner à l'autorisation ?
- quelle rédaction faut-il utiliser dans le cas d'une forme écrite.

Les droits musicaux et leur gestion

Durée : 4 heures

Objectif : Connaître les 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 : son fonctionnement, ses relations avec la TV 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 modalités d'utilisation des musiques selon l'origine des droits.

Le cadre juridique de la diffusion par câble

Durée : 4 heures

Objectif : **Connaître le rôle des sociétés de gestion des droits des producteurs pour la diffusion par câble et les systèmes des nouveaux modes de diffusion.**

Contenu : Le cadre législatif de la diffusion par câble,
 Les conditions de régulation des droits,
 L'organisation de la gestion collective et de la perception des droits,
 Les nouveaux modes de diffusion : *Pay per view*, TNT, ADSL,
 Les relations avec les ayants droits,
 La place de ces systèmes au sein des modes d'exploitation.

La spécificité des contrats télévisuels

Durée : 4 heures

Objectif : **Savoir rédiger des contrats selon les obligations légales et les usages professionnels propres à la télévision.**

Contenu : La spécificité des contrats d'auteur pour la télévision.
 Les contrats des techniciens.
 Les artistes-interprètes.
 Les relations avec les chaînes : la détention des droits et les problèmes de responsabilité juridique.
 Le montage juridique d'une co-production.

Les contrats d'assurance et la garantie de bonne fin

Durée : 4 heures

Objectif : Etre capable de négocier la couverture des risques de production pour une oeuvre cinématographique et audiovisuelle.

Contenu : L'organisation des assurances dans le secteur du cinéma.
La responsabilité civile.
Les différents risques de production.
Les circonstances aggravantes de ces risques.
L'assurance négative.
Les "battements".
La conservation des décors.
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.
Le dossier de garantie.

Chapitre VI

Nouvelles technologies et stratégie d'entreprise

*Ces modules donnent des méthodes et des outils concrets aux sociétés de production afin de mieux intégrer et utiliser les supports off-line et on-line dans leur stratégie de communication en mettant l'accent sur la mesure de la performance des actions et la maîtrise des coûts.
Ces modules sont principalement animés par des professionnels de la communication multimédia et de la gestion des projets off-line et on-line.*

Les nouveaux médias : état des lieux

Durée : 4 heures

Objectifs : Découvrir l'univers des nouveaux médias
Fournir les points de repères pour comprendre les enjeux technologiques et de production de contenus liés aux nouveaux médias

Contenu : La notion de nouveaux médias.
Evolution de différents médias, leur convergence et leur concentration
Nouvelles demandes, nouveaux services, nouveaux usages

- mobilité
- délinéarisation
- interactivité)

Le Web et son évolu

Panorama des contenus et écritures pour les nouveaux médias (1) et (2)

Durée : 16 heures (2 jours)

Objectifs : Explorer l'univers des nouveaux médias
Connaître les différents types de contenus transmédias (diffusion partielle ou totale sur plusieurs médias : télévision, cinéma, web)

Connaître les tendances et les évolutions des écritures audiovisuelles des projets audiovisuels dans les nouveaux médias

Contenu : Types de contenus présents sur le web
Enjeux techniques, financiers, dramaturgiques et esthétiques de programmes audiovisuels pour et avec les nouveaux médias.
Contenus linéaires et interactifs
Web doc
Web fiction
Web séries
Les contenus transmédias (diffusion partielle ou totale sur plusieurs médias : télévision, cinéma, web)
Rapport entre narrations et supports
Dimension interactive et/ou participative

Modèles économiques émergents dans l'économie des nouveaux médias

Durée : 4 heures

Objectifs : Connaître les modalités de production qui commencent à émerger dans la production des projets audiovisuels dans le paysage de nouveaux médias
Savoir évaluer la portée d'un projet pour les nouveaux médias et avoir de pistes clés pour produire et distribuer des programmes dans un secteur en permanente mutation

Contenu : Plan général sur l'économie des nouveaux médias
Les anciens et nouveaux acteurs du secteur
Stratégie, chaîne de valeurs de la production et de la réalisation dans les nouveaux médias.

Aides et mécanismes de production, le rôle du CNC

Durée : 4 heures

Objectifs : Connaître les mécanismes et les aides de financement d'un projet audiovisuel pour les nouveaux médias

Contenu : Aides et mécanismes de production de programmes conçus avec et pour les nouveaux médias.
Rôle du CNC dans le soutien à la production de programmes utilisant les nouvelles technologies

Les partenaires financiers et les stratégies de production et de diffusion des contenus pour les nouveaux médias

Durée : 4 heures

Objectifs : Connaître les enjeux de la production de programmes audiovisuels dans le paysage des nouveaux médias
Découvrir les partenaires financiers de la production de programmes audiovisuels pour les nouveaux médias

Contenu : Partenaires financiers et stratégies de production et de diffusion de programmes conçus avec et pour les nouveaux médias.
Les nouveaux modèles économiques de la production et les réseaux de distribution
Etude de cas présenté par un producteur

Les Formateurs

Les formateurs qui interviennent au CEFPPF sont tous des professionnels en activité.

Les principaux acteurs impliqués sont cités dans les pages suivantes.

Réalisateurs :

Barbara BERNARD
Thierry BINISTI
Laurent BOUHNİK
Maria-Lucia CASTRILLON
Harry CLEVEN
David DELRIEUX
Jean Teddy FILIPPE
Delphine LEMOINE
Elisabeth LOCHEN
Stéphane MERET
Serge MEYNARD
Niels TAVERNIER
Laurent VINAS-RAYMOND
Guillaume VIRY
Michel WYN

Assistants réalisateurs :

Laurent BOURDIER (AFAR)
Cyrille BRAY
Benoît GIORGINI
Franck HESLON (AFAR)
Pascal MORUCCI
Gilles SIONNET

Directeurs de production :

Jean-Philippe BERNARD
Pierre CHALONS
Daniel CHEVALIER
François-Maurice DALINVAL
Aude GIRARD
Claude GUYMONT
Jean-Louis NIEUWBOURG
Marie-Rose VENUTI

Chargés de production :

Linda BELKADI
Giorda FANCHON
Alexandre SIMONNET
Delphine VANDENBROECK de GROULARD
Pascal VONHATTEN

Régisseurs :

Philippe BAISADOULI
Stéphane GUILLEMET
Laurence LAFITEAU

Pierre-Yves LE STUM
Damien SAUSSOL
Pierre-Yves LE STUM

Administrateurs de production :

Khédoudj-Leila ARSLANE
Anne DEGREMONT
Carole HENDRYCKX
Frédéric GREENE
Paul OTTENIETE
Rémy ROY
Corentin SENECHAL
Van Tank NGUYEN
Rolland VALLET

Chefs décorateurs :

Jean-Jacques GERNOLLE
Jean-Marc KERDELHUE
François-Renaud LABARTHE
Christophe THIOILLIER
Anne Charlotte VIMONT

Monteurs, mixeurs, SFX, étalonneurs :

Nicolas BACOU
Arnaud CHELET
Jean-Pierre LAFORCE
Eric LEGARÇON
Anne LE QUÉAU
Nadine MUSE
Hugues NAMUR
Marc NOUYRIGAT
Catherine RENAULT
Alexandre ROBINNE
Franck RUBIO

Ingénieurs du son :

Anne BOURCIER
Nicolas CANTIN
Murielle DAMAIN
Pierre EXCOFFIER
Bridget O'DRISCOLL
David RIT

Chefs monteurs :

Pauline CASALIS
Marie-Blanche COLONNA
Joëlle DUFOUR

<p>Chefs monteurs : Suzanne FENN Pierre GOUPILLON Douglas JACOBS David KORN-BRZOZA Florence LECONTE Claude REZNIK Catherine SCHWARTZ Inès SEGRE Nadine VERDIER Brigitte TIJOU</p> <p>Directeurs de post-production : Catherine CONSTANT-GRISOLET Eric DURIEZ Jean-Yves GERMANOTTI Pascal GIROUX Pierre HUOT Nicolas LIM Laurence HAMEDI Jeanne MARCHALOT</p> <p>Chefs opérateurs - cadres : François AMADO Mathieu CZERNICHOW Rémy FOUCHEROT André LAFFONT Denis LARZILLIERE Frédéric MARTIAL-WETTER Benoît REGNARD Frédéric SERVE Jean-Sébastien SEGUIN Myriam TOUZE Carlo VARINI</p> <p>Direction d'acteurs, jeu devant la caméra : Corinne BENAKSAS Ludovic BERTHILLOT Fabrice FARCHI Martine LAUGIER Pascal Emmanuel LUNEAU Véronique MANGENOT Mounir MARGOUM Claire MIRANDE Olga MONTOYA RESTREPO Clara PIRALI Bruno PUTZULU Jean-Paul TRIBOUT</p>	<p>Production télévisuelle : François AMADO Marie-Agnès AZUELOS Barbara BERNARD Emmanuel BONN Marc-André BRUNET Fabrice CONCA Jean-Luc DELOIR Arthur DESCLOZEAUX Jérôme DOPFFER Barthélémy FOUGEA Juliette GRANDMONT Denis HARTNAGEL Eric LAMBERT Alain LAVALLE Stéphane LE BARS François MARGNOUX Emmanuel MATT Flore MONGIN Jérôme NOUGAROLIS Jean-Jacques PASQUIER Elisabeth PEREZ Gonzague PICHELIN Jean-Philippe RAYMOND Armelle ROLLAND Laurent SEGAL Cadys SOSNOWSKI</p> <p>Production cinématographique : Frédéric BOURBOULON Fabrice BONNIOT Gabriele BRENNEN Boudjema DAHMANE Antoine DENIS Aïssa DJABRI Xavier FREQUANT Juliette GRANDMONT Elise JALLADEAU Morad KERTOBI Judith LANGEROME Corentin SENECHAL Mehdi SABBAR Jan VASAK</p> <p>Distribution et vente : Daniel CHABANNES (Epicentre) Frédéric MONNEREAU (UIP) Luc NTONGA (Insomnia) Stéphanie ROUX (Insomnia)</p>
---	---

Chaînes de télévision :

Stéphane BERTIN
Nicolas BOUKRIEF (Canal Plus)
Fabrice BLANCHO (ARTE France)
Alexandre CAZERES (France3)
Alice GIRARD (France 3 Cinéma)
Christophe GUIGNEMENT (TF1)
Linda HORTHOLAN (Citizen TV)
Marie-Pierre GREGOIRE (ARTE France)
Jean ROUI
Françoise TASSERA (TF1 France Télévisions)
Françoise TSITSICHVILI (ARTE France)
Hélène VEYSSIERES (ARTE France)

Scriptes :

Sophie AUDIER
Sylvette BAUDROT
Laurence COUTURIER
Joëlle HERSANT
Sylvie KOECHLIN
Julie LUPO
Hélène MERLET
Claire VANDEBEEK
Zoé ZURSTRASSEN

Nouvelles technologies :

Bérangère CONDOMINES
Antoine DISLE
Arnaud DRESSEN
Jean-Yves de LEPINAY
Marc EYCHENNE
Caroline JOLIVET
Benoît LABOURDETTE
Claire LEPROUST
Alok NANDI
Bruno RAYMOND-DAMASIO
Frédéric ROSSIGNOL (Europe Images)
Vincent PUIG
Gilles VIENNOIS

Institutions :

Catherine ALMERAS (SFAI)
Jean-Christophe BAUBIAT (Unifrance)
Guillaume BLANCHOT (CNC)
Sophie BOUDON-VANHILLE (Mairie de Paris)
Valérie BOURGOIN-CONTY
Diane CESBRON (Cofiloisirs)
Elisabeth CONTER (Unifrance)
Stéphane CORDIER (Cofiloisirs)
Lyliane CROSNIER (MEDIA Desk Paris)
Catherine DELALANDE (Région Bretagne)
Thierry DELPIT (CST)
Julien EZANNO (Eurimage)
Philippe GERMAIN (Agence du CM)
Vincent GISBERT (SPECT)
Philippe GREENBAUM (CNC)
Morad KERTOBI (CNC)
Serge LADHUIE (CSA)
Pierre-François PIET (Uni Etoile)
Takis CANDILIS

Patrick LAMASSOURE (Unifrance)
Valérie LEPIN -KARNIK (CNC)
Christine MAZERAU (MEDIA Desk Paris)
Pierre-François PIET (Uni Etoile)
Gilles RENOARD (Unifrance)
Jean ROUILLY (Europe Images International)
Matthieu SINTAS (CST)
Rémi SAUVAGET (CNC)
Anne TUDORET (CNC)

Avocats, consultants, experts-comptables, compagnies d'assurances :

Pascal AUBOIN
Jean-Claude BEINEIX
Hélène CLAMAGIRAND
Henri LARMARAUD
Pascal LAUME
Myriam LOSEGO (Cabinet Bellan)
Marie-Laure PANNIER
Frédéric PLAN
Guy SAISON (Saison Wagner)
Eric SANCHEZ (Cabinet Praxor)
Philippe POUMARAT
Aurélien VAN DER WIELE

Scénaristes, script-consultants :

Arnaud DELALANDE
Julie DEMAY
Sandrine HENRY
Rania MEZIANI
Jean-Marie ROTH
Anne ZINN-JUSTIN

Agences artistiques et casting :

Emmanuel BOUTET
Annick DUFRENE (Tutti Casting)
Dominique SARAÏS (JFPM)

Intervenants spécialisés :

Marianne CAMPOS
Bruno DELARUE (COSIP)
Stéphanie DESSAUD-DELAYE
Sylvie GIORGIADES
Barthélemy MARTINON
Charles CAILLERET (pub)
Daniel MULSON
Véronique GLAZIOU (casting)
Edwige PEIGNE (spectacle vivant)

Communication :

Florence LLORENS

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

I . INSCRIPTION

Toute personne souhaitant suivre l'un des programmes du CEFPF doit au préalable contacter, elle ou son service formation, l'un des responsables du recrutement des stagiaires. Celui-ci détermine si la formation correspond bien aux besoins du candidat de manière à constituer son dossier.

Les stagiaires reconnaissent avoir pris connaissance, avant la formation, de l'ensemble des informations relatives aux unités pédagogiques.

Les candidats doivent respecter les critères de prise en charge et les délais de dépôt de dossiers prévus par leur fonds de formation ou dans le cadre du plan de formation de leur entreprise.

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 ou l'entreprise. Chaque stagiaire reçoit une convocation la semaine précédant son entrée en formation.

II . ANNULATION, ABSENCE ET REPORT

Toute annulation doit être signalée au CEFPF, au fonds de formation ou à l'entreprise, le plus tôt possible avant le stage, par téléphone et par confirmation écrite.

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

Tout report doit être signalé au CEFPF, au fonds de formation ou à l'entreprise une semaine au plus tard avant le début du stage. Dans ce cas, le stagiaire est inscrit prioritairement à la session suivante, sous réserve des places disponibles, de l'accord du fonds de formation ou de l'entreprise.

III . RÈGLEMENT

Toute part de financement individuelle 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, le stagiaire 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 en activité, 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 EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

ACCUEIL PUBLIC / RENSEIGNEMENTS

19 RUE DE LA JUSTICE 75020 PARIS / AU 01 40 30 22 35

ADRESSE POSTALE

28 RUE DU SURMELIN 75020 PARIS / AU 01 40 32 41 40

STANDARD : 01 40 30 22 35 / FAX : 01 40 31 05 89 -

WWW.CEFPE.COM - INFO@CEFPE.COM