

PRODUIRE UN PROGRAMME POUR LA TELEVISION

FORMATIONS 2022-2023

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

SOMMAIRE GÉNÉRAL





ACTION DE FORMATION

Le CEFPF en quelques mots	PAGES 2-3
L'action de formation	PAGES 4-5
Public concerné et objectifs	PAGE 6
Modalités de mise en œuvre	PAGE 7
Contenu de l'action	PAGES 9-12
Programme détaillé	PAGES 13-22
Conditions générales de vente	PAGES 26-27

Durée hebdomadaire des formations	36 heures
Horaires hebdomadaires	9h30-13h30 et 14h30-18h30
Lieu de formation	Paris 20 ^e
Renseignements	01 40 30 22 35

**LE CEFPE
EN QUELQUES MOTS**





LE CEFPF

29 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 6 000 professionnels du film, intermittents du spectacle ou salariés permanents des sociétés de production et de diffusion ont, jusqu'à présent, participé à ces formations.**

Le CEFPF fait **appel exclusivement à des professionnels pour dispenser les formations**. Le recours à un grand nombre de ces professionnels – **producteurs, représentants d'institutions publiques ou de sociétés de gestion collective, avocats, responsables d'organismes de diffusion** – 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 CEFPF 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 un responsable pédagogique ainsi qu'un formateur référent associés à chaque formation, **la contribution d'experts** chargés du conseil et de l'ingénierie pédagogique, le **suivi post-formation** et l'accompagnement des stagiaires.

Une évaluation des acquis en fin de formation

Toutes les formations du CEFPF conventionnées par l'AFDAS donnent lieu à une évaluation des acquis en fin de parcours, sous la forme de test ou d'examen avec un jury de professionnels. **Cette évaluation permet à chaque participant d'identifier ses nouveaux acquis pour valoriser son CV ainsi que ses marges de progression. Elle est conçue comme un outil de valorisation des compétences en vue de développer l'employabilité des candidats.**

L'ACTION DE FORMATION



PRÉSENTATION DE L'ACTION DE FORMATION

L'ensemble de cette action est supervisé par un responsable pédagogique ainsi qu'un formateur référent.

Le responsable pédagogique 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. **Le responsable pédagogique est assisté dans son action par le formateur référent.**

Ce dernier est l'interlocuteur direct des stagiaires qui peuvent se référer à lui quel que soit le problème pédagogique qu'ils rencontrent.

Il aide le responsable pédagogique à mettre en œuvre les actions pédagogiques correctives durant le stage si nécessaire. Le formateur référent peut, à la demande des stagiaires, assurer des entretiens individuels.

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

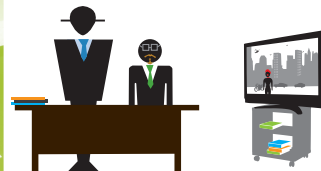
ACCUEIL PUBLIC/RENSEIGNEMENTS

19 et 19 bis, rue de la Justice - 75020 PARIS
Tél. : 01 40 30 22 35

ADRESSE POSTALE

55, rue Etienne Marey 75020 PARIS

www.cefpf.com - info@cefpf.com



PUBLIC CONCERNÉ ET OBJECTIFS

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires

Toute personne souhaitant collaborer à la gestion et au développement de projets de sociétés de production d'œuvres et de programmes de télévision ou désirant créer sa propre structure de production

Pré-requis, expérience professionnelle

Niveau Bac+2 minimum, de préférence dans le domaine juridique, économique et comptable, ou expérience professionnelle évaluée par les responsables pédagogiques du CEFPF sur présentation d'un curriculum vitæ.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Objectif principal

A l'issue de ce programme, les stagiaires auront acquis l'ensemble des connaissances nécessaires à la production d'une œuvre ou d'un programme audiovisuel.

Objectifs détaillés

- connaître les différents aspects du fonctionnement d'une société de production, dans le cadre de son environnement réglementaire et de l'organisation actuelle des marchés de l'audiovisuel,
- identifier les outils de gestion comptable et financière applicables à la direction d'une entreprise de production audiovisuelle,
- connaître les différents déterminants de la production audiovisuelle (audience, programmation, politiques d'achats et de coproduction, soutiens financiers, contrats...),
- connaître les modalités de conception, de production et de vente des programmes audiovisuels, en relation avec les stratégies des diffuseurs,
- savoir comment conduire de façon pratique la production d'une œuvre de fiction ou d'un programme audiovisuel.
- Savoir pitcher un programme face à un diffuseur



MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale :	56 heures, soit 7 jours ou encore 1 semaine et demi
Durée hebdomadaire :	36 heures : 9h30-13h30 - 14h30-18h30 (dont 1/2 journée de libre par semaine)
Lieu de formation :	CEFPF - 19, rue de la Justice - 75020 Paris
Contact :	Tél : 01 40 30 22 35
Date des sessions :	Du 19/12/2022 au 10/01/2023 Du 17/05/2023 au 25/05/2023 Du 20/09/2023 au 28/09/2023

FORMATEURS

Responsable pédagogique :	Axelle CHARVOZ, responsable pédagogique au CEFPF
Formateur référent :	Flore MONGIN, Productrice
Intervenants :	Experts qualifiés et professionnels reconnus dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma (voir liste jointe)

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

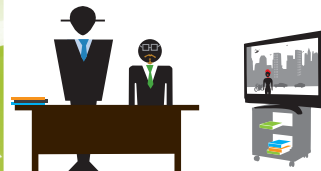
Méthode pédagogique :	Quatre semaines de cours théorique Quatre semaines au cours desquels les stagiaires apprennent comment produire des programmes de flux (magazine de plateau) et des programmes de stock (fiction, documentaire, programmes transmédia). Deux semaines d'application sur son propre projet : chaque stagiaire devra choisir un des quatre format étudié lors des cinq semaines de simulation ; coaché par une productrice, il devra rédiger un dossier de présentation qu'il présentera, un mois plus tard face à un jury composé d'un producteur et un diffuseur adapté à son programme
Supports fournis aux stagiaires :	Dossier hebdomadaire de documentation.
Moyens techniques à la disposition des stagiaires :	- Matériel didactique mis à disposition pour l'exercice de simulation - Salle TV lecteur DVD, - Un poste de travail Mac OS X par personne - Vidéoprojecteur
Nombre de stagiaires par poste de travail :	Un poste de travail Macintosh pour 2 personnes.
Modalités d'évaluation :	- par les stagiaires : Evaluation hebdomadaire au moyen de questionnaires remis aux stagiaires et analysés par le directeur pédagogique - par le CEFPF : Examen final et soutenance orale face à un jury composé de professionnels en activité.

Le CEFPF peut accueillir toute personne en situation de handicap

renseignements et inscription : info@cefpf.com / standard : 01 40 30 22 35

CONTENU DE L'ACTION





Cette action de formation s'adresse à toute personne souhaitant collaborer à la gestion et au développement de projets de sociétés de production d'œuvres audiovisuelles, ou désirant créer sa propre structure de production audiovisuelle.

Elle se compose d'une partie généraliste permettant aux stagiaires d'approfondir ou d'actualiser leurs connaissances dans le domaine de la production.

- Deux semaines consacrées aux déterminants de la production audiovisuelle a pour but d'analyser les enjeux et les problématiques auxquelles se trouvent confrontés les producteurs et les diffuseurs : audience, programmation, politiques d'achats et de coproductions, possibilités de soutiens financiers, réglementation du marché.
- Une semaine consacrée à l'entreprise de production audiovisuelle permet de détailler les spécificités et les caractéristiques de la vie des sociétés dans le secteur audiovisuel : modalités juridiques et pratiques de constitution, principes de gestion comptable, fiscale et sociale, diagnostic et prévention des crises.
- Une semaine consacrée à la propriété intellectuelle
- Quatre semaines traitant de la conception, la production et la vente de programmes audiovisuels permettent de passer en revue les différentes logiques de production selon le mode de programmes, flux et stock, puis plus précisément le genre télévisuel : le documentaire, les programmes courts (la shortcom), le plateau (magazine et divertissement)

Durant ces quatre semaines, les simulations permettent de mobiliser et d'appliquer l'ensemble des connaissances acquises par des mises en situation professionnelle. Chacune de ces semaines est pilotée par un formateur qui maîtrise le dispositif de la semaine dont il a la charge. A travers des cas réels de production, les stagiaires, placés en situation de devoir produire les programmes choisis, étudient chacune des étapes présidant à leur bonne exécution, du développement à la vente et à la diffusion.

Deux semaines de coaching avec une productrice pour apprendre à concevoir et à présenter un dossier de production

■ SEMAINES 1 ET 2

LES DÉTERMINANTS DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

1^e journée : 4 décennies de développement Télévisuel, des années 70 à 2016

Les nouveaux modes de réception et de consommation

2^e journée : Le cadre général de la télévision

La politique de programme et de programmation des chaînes

3^e journée : L'offre de programmes à la télévision

La Tv d'aujourd'hui en France et quelques pays

L'organisation de l'antenne

4^e journée : Les principaux groupes télévisuels français

5^e journée : La veille internationale

Le métier de producteur, ses responsabilités juridiques, éditoriales, financières et commerciales

LES FINANCEMENTS DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

1^e journée : Le COSIP

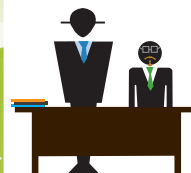
La PROCIREP

2^e journée : Les aides régionales

Les aides européennes

3^e journée : Les aides internationales

Le financement de projets Multi-Supports



L'ENTREPRISE DE PRODUCTION AUDIOVISUELLE

4^e journée : TP : préparation d'un dossier de production avec le soutien d'un producteur

ETAPE 1 : présentation de l'exercice

5^e journée : Les caractéristiques de l'entreprise de production audiovisuelle et les règles de droit commun

■ SEMAINE 3

- 1^e journée** : La gestion de la trésorerie : le recours au crédit bancaire, les types d'établissements bancaires,
- 2^e journée** : Le traitement des aspects administratifs, comptables et financiers d'une société audiovisuelle (1)
Les principes généraux de gestion comptable
- 3^e journée** : Le traitement des aspects administratifs, comptables et financiers d'une société audiovisuelle (2)
Les règles de gestion comptable et les méthodes de contrôle de gestion
- 4^e journée** : Le Crédit d'impôt
Les assurances de production audiovisuelle
- 5^e journée** : La gestion des salaires
La Convention Collective de l'Audiovisuel

■ SEMAINE 4

ASPECTS JURIDIQUES ET PROPRIETE INTELLECTUELLE

- 1^e journée** : Le droit d'auteur cédé au producteur
- 2^e journée** : Le droit à l'image
- 3^e journée** : Le contrat de production audiovisuelle
- 4^e journée** : La réglementation et la jurisprudence des nouveaux services

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE STOCK

LA PRODUCTION DE DOCUMENTAIRE

5^e journée : Le contenu d'un documentaire et sa production

■ SEMAINE 5

LA PRODUCTION DE DOCUMENTAIRE (SUITE)

- 1^e journée** : Le développement : évaluation du projet, la scénarisation
- 2^e journée** : L'implication du producteur
L'implication du diffuseur
- 3^e et 4^e journées** : L'évaluation des coûts et la recherche de financements
- 5^e journée** : Le tournage et la postproduction

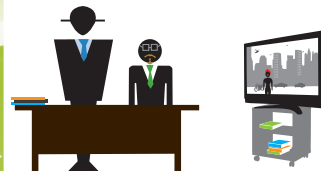
■ SEMAINE 6

LA PRODUCTION DE DOCUMENTAIRE (SUITE)

1^e journée : La diffusion et la vente

LE TRANSMÉDIA

- 2^e journée** : Les nouveaux business modes du numérique
Typologie des modèles économiques du numérique
Le plan d'affaires d'un projet d'édition Transmédia
- 3^e journée** : Chaîne des droits et réglementation liée aux projets Transmédia
Evolutions du cadre réglementaire
Stratégies pour stimuler l'innovation, la recherche et le développement des projets Transmédia
Le rôle du CNC dans le soutien aux contenus transmedia
- 4^e journée** : Le webdoc



LA PRODUCTION DE PROGRAMMES COURTS «SHORTCOM»

5^e journée: Etude d'un genre à la mode
Définition du format court

■ SEMAINE 7

1^e et 2^e journées : La scénarisation

3^e et 4^e journées : L'évaluation des coûts et la recherche de financements,
le tournage, la postproduction

5^e journée : La diffusion et la Vente
La Web série

LES PROGRAMMES DE FLUX

■ SEMAINE 8

LA PRODUCTION D'ÉMISSIONS DE PLATEAU

1^{re} journée : Le développement du concept

2^e journée : L'évaluation des coûts et la recherche de financements

3^e journée : Finalisation de coûts et recherche de financement
La Préparation d'une émission

4^e journée : La diffusion et la vente : débouchés télévisuels et nouveaux médias
les nouvelles opportunités de vente et de diffusion

5^e journée : La distribution et la vente de programmes

■ SEMAINE 9

TP : préparation d'un dossier de production avec le soutien d'un producteur

ETAPE 2 : Etablissement du dossier en atelier (1)

■ SEMAINE 10

1^e et 2^e journées : Etablissement du dossier en atelier (2)

3^e et 4^e journées : ETAPE 3 : entraînement au pitch

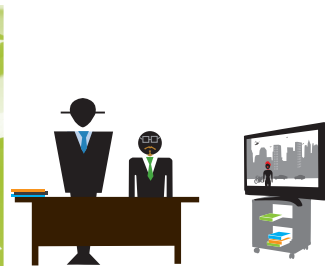
5^e journée : Simulation d'une présentation

1 mois plus tard :

ETAPE 4 : Entretien face un jury composé d'un producteur et d'un diffuseur

PROGRAMME DÉTAILLÉ





SEMAINES 1

LES DÉTERMINANTS DE LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE

■ 1^{re} journée :

Quatre décennies de développement Télévisuel

Objectif : Identifier les différents 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, ABSat
90-2000, 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 web télé
La TVR (catch up),
La V&D (VOD)
La télévision connectée

■ 2^e journée :

Le cadre général de la télévision

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 grille,
La problématique du téléspectateur et de l'audience,

La politique de programmes et de programmation des chaînes

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 et la marque
La programmation : organisation de la grille et contre programmation
Les grilles de différents diffuseurs

■ 3^e journée :

L'offre de programmes à la télévision

Objectif : Connaître les différents genre de programmes

Contenu : Les différents genres de programmes :
Les programmes de flux: information, sports, divertissement, magazine, télé-réalité
Les programmes de stock: documentaire, fiction, animation
Répartition de l'offre sur les chaînes TV
Définition des modes d'acquisition et les différents droits
Notions sur le coût de production et de «budget moyen»

La télévision d'aujourd'hui en France et à l'étranger

Objectif :

Contenu : Chiffres, poids économique et impact culturel organisation de l'antenne organigramme, définition des fonction schémas d'organisation et calendrier

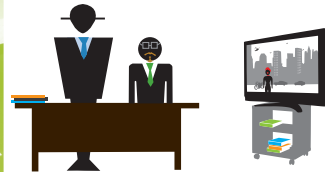
Organisation de l'antenne

Objectif : Connaître les différents postes d'une chaîne
Contenu : Organigramme,
Définition des fonctions,
Schémas d'organisation,
Calendrier

■ 4^e journée :

Les principaux groupes télévisuels français

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

■ 5^e journée :

Etude d'une veille internationale des programmes

Objectif : Etudes des tendances éditoriales et les performances des nouveautés lancées à l'international.

Contenu : Résumé d'émissions et description détaillée du développement et des stratégies dans les contenus en dépend : - fiche technique,

Le métier de producteur

Objectif : Appréhender les responsabilités juridiques, éditoriales, financières et commerciales d'un producteur

Contenu : Ses missions :
Accueil ou proposition de projets
Chiffrage d'un budget,
Etablissement du plan de financement
Mise en œuvre de la fabrication du projet
Participation à la constitution des équipes,
Commercialisation auprès des chaînes
Promotion et communication du projet
Ses responsabilités :
Responsabilité éditoriale et financière du film jusqu'à son aboutissement et sa livraison aux chaînes de télévision.
Responsabilité pénale (Hygiène et sécurité)

■ SEMAINE 2

LES FINANCEMENTS DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

■ 1^e 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.

LA PROCIREP

Objectif : Définir le rôle de la Procirep dans l'établissement du plan de financement

Contenu : Définition des différentes missions de la Procirep et des possibilités de financement

■ 2^e journée :

Les aides régionales

Objectif : Connaître les aides régionales et les différents types de soutiens régionaux

Contenu : Historique des politiques territoriales en matière audiovisuelle
Les relations entre les régions et le COSIP (ou CNC pour les programmes de stock)
Les différents types d'aides régionales :
- subventions
- aides remboursables

Les aides européennes

Objectif : Analyser le marché européen et son évolution et connaître les différentes institutions en Europe qui sont susceptibles de soutenir le secteur audiovisuel

Contenu : Les différents types de soutien :
- aide au développement
- diffusion TV
- nouvelles technologies
- promotion

■ 3^e journée :

Les aides internationales

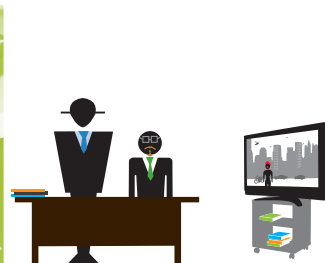
Objectif : Analyser les mécanismes de production et de coproduction de projets audiovisuels, Appréhender les méthodes de préparation d'un plan de financement

Contenu : Montages financiers et juridiques des coproductions ;
Agréger les financements ;
Comment gérer, négocier les coproductions avec les pays étrangers : quelles implications ?
Les couloirs de recettes ;

Le financement de projets Multi-Supports

Objectif : Définir le budget d'un projet multi-support

Contenu : Les aides publiques
Les financements privés
Le placement de produits
Le sponsoring
Le pré-roll vidéo
Les produits dérivés
Le crowdfunding



L' ENTREPRISE DE PRODUCTION

■ 4^e journée :

TP : préparation d'un dossier de production avec le soutien d'un producteur

ETAPE 1 : présentation de l'exercice

■ 5^e journée :

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

Objectif : Avoir les bases juridiques de constitution d'une société de production

Contenu : La notion de « personne morale et les actes constitutifs de la création d'une société, la constitution du capital, les aides à la création, l'objet social, la dénomination commerciale, le choix du siège social, 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, les autres sociétés et le GIE.

■ SEMAINE 3

■ 1^{re} journée :

La gestion de la trésorerie : le recours au crédit bancaire

Objectif : Connaître la relation avec les banques et les établissements de crédit

Contenu : Le cycle de la trésorerie
Analyse du risque
Le recours au crédit
Le rôle de l'IFCIC
Les différents types de crédit
Les garanties et leurs effets : nantissement, cession, loi Dailly...

LE TRAITEMENT DES ASPECTS ADMINISTRATIFS, COMPTABLES ET FINANCIERS D'UNE SOCIÉTÉ DE PRODUCTION

■ 2^{re} journée :

Les principes généraux de gestion comptable

Objectif : Connaître les principes généraux de la gestion comptable d'une société de production.

Contenu : La comptabilité générale :
- l'utilité de la comptabilité générale,
- les principes comptables,
- 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,
- la notion d'immobilisation,
- la notion d'amortissement et les règles spécifiques en matière cinématographique et audiovisuelle.

Exercice pratique :

A partir de données d'écriture comptable, les stagiaires procèdent au calcul des soldes de chaque compte, présentent les soldes dans une balance avant répartition dans un bilan et un compte de résultat.

■ 3^e journée :

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

Objectif : Pouvoir analyser les 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 co-productions
Les méthodes de contrôle de gestion et de comptabilité analytique applicable aux sociétés de production.

■ 4^e journée :

Le crédit d'impôt

Objectif : Comprendre et analyser les principes et mécanismes du crédit d'impôt aux plans juridique, financier, comptable et fiscal

Contenu : Le cadre légal et réglementaire
Définition et fonctionnement du crédit d'impôt
Les conditions d'attribution
Etude de cas

Les assurances des productions audiovisuelles

Objectif : Être capable de négocier la couverture de risques de production pour un programme audiovisuelle

Contenu : L'organisation des assurances dans le secteur télévisuel.
La responsabilité civile.
Les différents risques de production (pour un documentaire, une fiction TV).
Les assurances des productions télévisuelles.
La valeur des dommages et les montants des indemnités.
La BNC (Bonification pour Non Sinistre).
L'expertise des sinistres.
La prime d'assurance.



■ 5^e journée :

La gestion des salaires

- Objectif :** Savoir établir 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 salaire de plusieurs types de personnels en fonction de leur statut et calculent les cotisations sociales selon les taux en vigueur.

La Convention Collective de l'Audiovisuel

- Objectif :** Connaître le champ d'application de la Convention Collective de l'Audiovisuel.
- Contenu :** La Convention Collective de l'Audiovisuel a été signée et étendue en 2006. Cette extension, s'applique de façon impérative, à toute société française ou étrangère produisant, sur le sol français, des programmes audiovisuels dans le cadre du champs d'application de la-dite convention (télévision, web, film institutionnels), tant pour les conditions de travail des salariés permanents ou intermittents, qu'en ce qui concerne les minima applicables en matière de salaires

■ SEMAINE 4

ASPECTS JURIDIQUES ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

■ 1^e journée :

Le droit d'auteur

- Objectif :** Avoir des notions des codes de la propriété intellectuelle
- Contenu :** La nature du droit d'auteur
- Les différentes catégories d'oeuvres
 - Les titulaires du droit d'auteur
 - Les droits moraux
 - Les droits patrimoniaux
 - La durée de la protection
 - L'exploitation des droits d'auteur
 - Le rôle du producteur et la cession des droits
 - La rémunération des auteurs
 - L'exploitation de l'oeuvre
 - La poursuite des atteintes aux droits des auteurs

■ 2^e journée :

Le droit à l'image

- Contenu :** Le code civil La convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme (CEDH)
- Le champ d'application dans l'oeuvre audiovisuelle
 - La liberté d'expression et de création
 - Le respect du droit à l'image
 - Possibilité ou non de rémunération
 - Absence de droit à l'image des biens hormis le cas du trouble anormal
 - Tournage sur l'espace public
 - La répression de la captation ou de la diffusion sans autorisation dans un lieu privé

■ 3^e journée :

Le contrat de production audiovisuelle

- Objectif :** Savoir rédiger des contrats selon les obligations légales et les usages professionnels propres à la télévision. Savoir comment procéder pour la négociation, la mise en oeuvre et le suivi des contrats qu'il faut conclure avec les auteurs, les ayants droit salariés et les partenaires financiers de la production.
- 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.

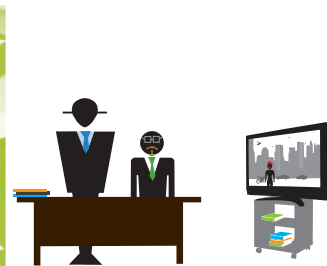
■ 4^e journée

La réglementation et la jurisprudence des nouveaux services

- 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 autres modes d'exploitation.

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE STOCK

LA PRODUCTION DE DOCUMENTAIRE



■ 5^e journée :

Le contenu d'un documentaire et sa production

Objectif : Avoir une vision générale du marché et avoir les codes pour reconnaître un documentaire

Contenu :

- Documentaire d'auteur souvent appelé « documentaire de création »
- Documentaires de société (strip-tease a inventé un style)
- Films d'investigations (enquêtes)
- Film scientifique ou environnemental
- documentaire politique, judiciaire,
- Cinéma direct, cinéma du réel
- feuillets documentaires
- Fictions documentaires
- Docu soap

■ SEMAINE 5

■ 1^e journée :

Le développement : l'évaluation du projet, la scénarisation

Objectif : Apprendre à mettre en œuvre un projet de 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,

■ 2^e journée :

L'implication du producteur

Objectif : Rencontre avec un producteur pour comprendre son rôle tout au long du processus de développement d'un documentaire

Contenu : Le producteur auteur-réalisateur
Le producteur auteur qui engage un réalisateur (projet de producteur)
Le producteur qui répond à une commande (et engage un réalisateur)
Le producteur qui accueille un auteur
Les tandems producteurs réalisateurs

L'implication du diffuseur

Objectif : Rencontre avec un diffuseur pour comprendre son rôle tout au long du processus de développement d'un documentaire

Contenu : Dans quelle mesure les productions actuelles sont-elles cadrées et dirigées par leurs principaux investisseurs?
Comment préserver une diversité et une richesse de points de vue dans la programmation documentaire, tout en s'adaptant à la diffusion de masse qu'est la télévision?

■ 3^e et 4^e journées :

L'évaluation des coûts et la recherche de financements

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

Contenu : A 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 du documentaire.
Les différentes possibilités de montage financier.
- l'apport du diffuseur

■ 5^e journée :

Le tournage et la postproduction

Objectif : Connaître l'organisation du tournage et de la postproduction d'un documentaire.

Contenu : A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
Le planning de production d'un documentaire : préparation, autorisations, planning de tournage.
Le déroulement du tournage proprement dit.
La gestion de la postproduction et les travaux de finition.
La livraison au diffuseur.

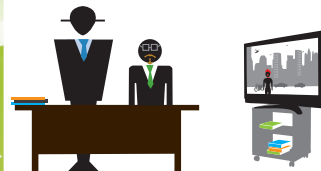
■ SEMAINE 6

■ 1^{re} journée :

La diffusion et la vente

Objectif : Pouvoir optimiser la diffusion d'un film documentaire.

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



stagiaires étudient :

- 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 négociation 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 TRANSMEDIA :

Objectif : Comprendre le nouveau paysage audiovisuel

Contenu :

■ 2^e journée :

Les nouveaux Business Modèles du numérique

- Définition des concepts Transmedia/crossmedia
- Les nouveaux consommateurs, leurs comportements aujourd'hui en matière de contenus
- Panorama de contenus transmédia et stratégies narratives
- La télévision dans le paysage des nouveaux médias
- Stratégie des chaînes

Typologie des modèles économiques du numérique

- Le modèle publicitaire : sur Internet / sur les réseaux sociaux / sur les écrans mobiles / sur les nouveaux écrans (tablettes, TV connectées)
- Le modèle payant : sur Internet / sur les réseaux sociaux / sur les écrans mobiles / sur les nouveaux écrans (tablettes, TV connectées)
- Le modèle hybride du Freemium

Le plan d'affaires d'un projet d'édition Transmédia

- Les coûts de production de projets Transmédia
- Comment chiffrer son projet
- Les différentes sources de financement d'un projet Transmédia et leur compatibilité
- Les recettes d'exploitation d'un projet Transmédia

■ 3^e journée :

Chaîne des droits et réglementation liée aux projets Transmédia

- Le cadre de référence du droit de l'audiovisuel :
- Œuvre de collaboration (vs œuvre collective)
 - Cession de droits d'auteur : auteurs littéraires et graphiques
 - La responsabilité juridique du producteur

Evolution du cadre réglementaire :

- Accords producteurs / diffuseurs et convention collective
- Introduction de nouveaux diffuseurs : les SMAD (Services de Média Audiovisuel à la Demande)
- Accords de coproduction internationale

Stratégies pour stimuler l'innovation, la recherche et le développement des projets Transmédia

- Rôle du CNC dans le soutien à la production de programmes transmédia
- Nouveaux dispositifs de soutien à la création transmédia
- Soutien sélectif et aides automatiques
- Aides régionales et européennes

Le rôle du CNC dans le soutien aux contenus transmedia

■ 4^e journée :

Le webdoc

Objectif : Connaître la place du web doc dans un environnement transmédia.

Contenu :

- Thème et point de vue
- Schéma narratif
- Durée de fabrication
- Durée de lecture linéaire et non linéaire
- Outil informatique utilisé
- Equipe technique (postes)
- Budget
- Plan de financement
- Diffusion

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES COURTS «LA SHORTCOM»

■ 5^e journée :

Etude d'un genre de fiction à la mode

Objectif : Connaître de le format de série de 3min

Contenu :

A partir de différents exemples de shortcoms représentatives de chaque diffuseur, savoir définir le Format, genre, ligne éditoriale...

- L'élément fédérateur : le système de récurrence
- Récurrence des personnages principaux/ personnages secondaires/guest
- Récurrence des lieux et des décors
- Identification visuelle et sonore
- Spécificités des intrigues propre au programme
- Son organisation, ses financements, les différentes lignes éditoriales des chaînes
- La spécificité d'écriture en fonction du projet et de la production



- Les différents membres d'une équipe collaborant au projet

■ SEMAINE 7

■ 1^e et 2^e journée :

La scénarisation

Objectif : Les stagiaires seront confrontés aux faiblesses d'écriture d'une série courte découvriront en pratique les règles qui fidélisent un public, qui renforcent l'indivisibilité d'une chaîne. Ils verront comment des professionnels gèrent leur auteur lors du développement.

Contenu : Comment écrire une shortcom? (concept, univers, personnages, épisodes)
La structure d'une écriture industrielle

Cas pratique : organisation d'un atelier d'écriture

■ 3^e et 4^e journée :

L'évaluation des coûts et la recherche de financements

Objectif : Présenter le travail de producteur tout au long du processus de développement de la mise en place du concept jusqu'à son exploitation.

Présenter et évaluer la faisabilité d'un concept de série (exemple d'une série produite par le formateur référent).

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

- Le développement du concept (explication du choix du producteur)
- Le chiffrage du devis
- 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.

Le tournage et la postproduction

Objectif : Connaître l'organisation du tournage et de la postproduction d'une shortcom.

Contenu : A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
Le planning de fabrication (de production) : préparation, plan de tournage, finitions.

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 étapes de postproduction

Les étapes de la livraison au diffuseur

■ 5^e journée

La diffusion et la Vente

Objectif : Comprendre le rôle d'une chaîne dans le processus de financement d'une fiction

Contenu : Le duo producteur / diffuseur
Méthodes de travail et politique en coproduction ;
Les liens avec les télévisions étrangères ;
Les investissements des chaînes TV en France dans la production et analyse des apports diffuseurs ;
Quotas et obligations dans la production en France et en Europe ;
Les autres formes d'aide (pré-ventes, 2^eème fenêtre cab/sat/TNT, le nombre de diffusions couvertes par un pré-achat, etc.)

La Web Série, avenir du Cinéma et de la Création?

Objectif : Appréhender les enjeux d'une mutation en cours pour une nouvelle économie

Contenu :

- contexte
- état des lieux
- youtube en quelques chiffres
- l'exemple machinima
- une nouvelle façon de consommer les programmes

Objectif : 2 Quel potentiel pour les créateurs de films et de web série?

Contenu :

- la web série au coeur de la politique des studios de cinéma.
- la web série au coeur de la politique des acteurs de l'entertainment : porte ouverte au renouvellement.
- de nouveaux modèles financiers et de création et de nouveaux créateur

PRODUCTION DE PROGRAMMES DE FLUX



■ SEMAINE 8

LES EMISSIONS DE PLATEAU

■ 1^{re} journée :

Le développement du concept

Objectif : Les stagiaires imaginent un concept d'émission et travaillent en groupe sur le développement du programme

Contenu : A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
- Le concept d'un programme
- Le développement de l'émission

■ 2^e journée :

L'évaluation des coûts et la recherche de financement

Objectif : Pouvoir établir le coût d'une émission de divertissement.

Contenu : A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
Le retro-planning général
La différence entre budget réel et le budget chaîne
Le chiffrage du devis.
Les montants des financements (l'apport diffuseur, la vente à l'étranger, les possibilités de coproduction, les aides...)
L'échéancier des dépenses et les rapports avec la banque.

■ 3^e journée :

Finalisation des coûts et préparation de l'émission

Objectif : Connaître la préparation et l'organisation logistique générales d'une émission de plateau
Savoir évaluer le coût d'une émission et trouver des financements complémentaires.

Contenu : A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
Le fonctionnement général d'une émission
La préparation : matériel nécessaire, composition de l'équipe.
L'élaboration du devis relatif à cette émission
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.

La préparation d'une émission

Objectif : Connaître les modalités de préparation d'une émission de divertissement en direct

Contenu : Les préparatifs à mettre en œuvre pour la réussite de l'émission
les répétitions avec l'équipe technique
les répétitions avec les équipes artistiques

Le tournage, les contraintes techniques et la postproduction

Objectif : Connaître l'organisation du tournage et de la postproduction d'une émission de divertissement.

■ 4^e journée

La diffusion et la vente : débouchés télévisuels et nouveaux médias

Objectif : 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 : La durée de vie moyenne d'un programme
La reconduction de ce programme 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 :

Contenu : L'opportunité des nouveaux médias face au monopole de la diffusion télévisuelle.
La vente en ligne au grand public via un site internet
Les conséquences sur le marketing et la vente de programmes.
Le contexte juridique de la vente de programmes sur internet.

■ 5^e journée :

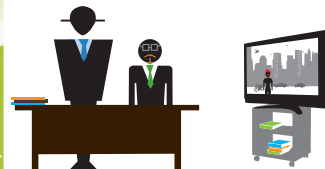
La Distribution et La Vente de Programmes

Contenu : Les caractéristiques du marché
Les différentes possibilités de diffusion
Les circuits de distribution nationale et internationale
Les outils nécessaires à l'optimisation des ventes
Les méthodes de négociation avec un client

■ SEMAINE 9

TP : préparation d'un dossier de production avec le soutien d'un producteur

ETAPE 2 : Etablissement du dossier en atelier (1)



■ SEMAINE 10

LES EMISSIONS DE PLATEAU

■ De la 1^{re} à la 2^{eme} journées :

Etablissement du dossier en atelier (2)

■ De la 3^{eme} à la 4^{eme} journées :

ETAPE 3 : entraînement au pitch

■ 5^e journée

Simulation d'une présentation

■ 1 MOIS PLUS TARD

ETAPE 4 : entretien face un jury composé d'un producteur et d'un diffuseur



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 et au fonds de formation 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 et au fonds de formation 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 et de l'accord du fonds de formation.

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, 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, 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.



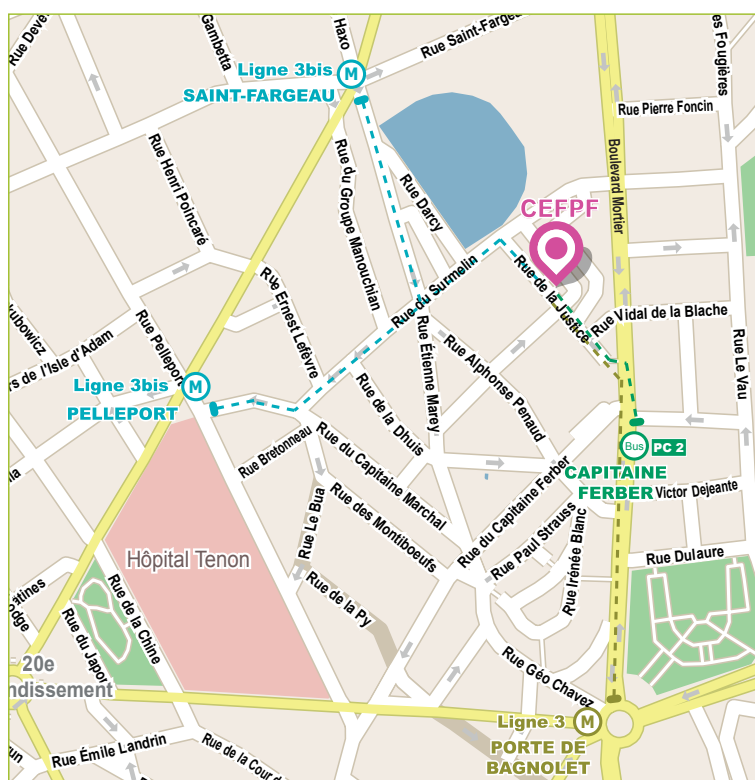
www.cefppf.com

Centre Européen de Formation à la Production de Films

23/07/2018



CENTRE PRIVÉ EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS



Données cartographiques © OpenStreetMap et ses contributeurs, CC-BY-SA

■ 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

Email : info@cefpf.com

www.cefpf.com

Retrouvez-nous sur **Facebook**

 www.facebook.com/CEFPF

