

ASSISTANT DE PRODUCTION BLOC 1

Préparation d'un projet de production
(long-métrage, série, documentaire, magazine)

FORMATION 2022-2023

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

SOMMAIRE GÉNÉRAL





ACTION DE FORMATION

Reconversion	PAGES 2-4
Le CEFPP en quelques mots	PAGES 5-6
L'assistant de production cinéma et audiovisuel	PAGES 7-12
Programme détaillé	PAGES 13-31
Conditions générales de vente	PAGE 33

Durée hebdomadaire des formations : 35 heures

Horaires hebdomadaires : 9h30-13h30 et 14h30-17h30

Lieu de formation : Paris 20^e

Renseignements : 01 40 30 22 35

RECONVERSION



UNE VOIE D'ACCÈS DURABLE AU SECTEUR AUDIOVISUEL POUR UNE RECONVERSION RÉUSSIE

La formation « Assistant de production » un parcours diplômant

S'orienter vers les métiers de l'audiovisuel relève d'un choix stratégique offrant les atouts d'une reconversion professionnelle durable.

LE CEFPPF propose deux parcours diplômants reconnus par la **Commission Nationale de la Certification Professionnelle** et inscrits au Répertoire National des Certifications Professionnelles. Cette commission dépend de l'**Éducation Nationale** et habilite les organismes à délivrer des titres reconnus par l'Etat :

« **Assistant de production** » niveau 6 (EU) code NSF 323p

« **Assistant de réalisation** » niveau 5 (EU) code NSF 323p

La formation « Assistant de production » une voie d'accès au secteur audiovisuel pour une reconversion réussie

- o Nous vous accompagnons dans votre reconversion
- o Nous vous garantissons un accompagnement personnalisé
- o Nous vous assurons un enseignement avec des formateurs en activité

Assistant de production

26 semaines (910 heures) dont 8 semaines (280 heures) de mise en pratique professionnelle en entreprise

Du

Prise en charge

Si vous êtes intermittent du spectacle, salarié du secteur audiovisuel, salarié en reconversion, ou à la suite d'un licenciement économique, plusieurs alternatives sont possibles pour la prise en charge de votre formation par l'intermédiaire de votre OPCO, pôle emploi, CPF...

DES QUESTIONS ? CONTACTEZ-NOUS !

01 40 30 22 35

*Notre équipe est à votre disposition
du lundi au vendredi de 9h à 19h*

DES QUESTIONS ? CONTACTEZ-NOUS !

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



**LE CEFPF
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

Association créée à l'initiative d'un syndicat de producteurs de films indépendants, l'Association Française des Producteurs de Films (AFPF), **le Centre Européen de Formation à la Production de Films (CEFPF)** est le premier organisme de formation professionnelle français spécialisé dans la production de films.

Il organise depuis 1992 des stages destinés aux professionnels soutenus par le Fonds d'Assurance Formation des Activités du Spectacle (AFDAS).

Plus de 7 000 professionnels du film, intermittents du spectacle ou salariés permanents des sociétés de production et de diffusion ont, jusqu'à présent, participé à ces formations

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

Tous les intervenants sont des professionnels en activité.

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

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

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

Pour connaître l'ensemble de nos programmes de formation
retrouvez-nous sur **www.cefpf.com**

NOS ENGAGEMENTS

Vous accompagner dans votre reconversion

Dès votre premier entretien, le responsable pédagogique vous aide à définir votre projet professionnel et à établir une stratégie pour le réaliser.

Le coaching personnel que nous vous proposons est un accompagnement sur mesure qui permet d'apprendre à mieux évaluer ses compétences transférables et à appréhender les situations de changement liées à votre projet de reconversion.

Vous garantir un accompagnement personnalisé pendant la formation

Tout au long du cursus, le responsable pédagogique et son équipe vous prépare à intégrer le milieu professionnel.

- Des entretiens ponctuels vous permettent d'évaluer vos acquis et de préciser vos objectifs professionnels.
- Des séances de coaching collectif et individuel vous préparent à la rédaction d'un CV efficace et d'une lettre de motivation adaptée à une offre de travail.
- Des ateliers consacrés à la recherche d'un stage en entreprise.

A l'issue de la formation, le CEFPF continue si vous le souhaitez à analyser vos démarches et peut vous aider à surmonter des obstacles ainsi qu'à atteindre vos objectifs.

Vous assurer un enseignement avec des professionnels en activité

De nombreux professionnels reconnus dans le secteur cinématographique et audiovisuel animent les cours :

- membres et responsables d'institutions publiques ou privées (CNC, CSA, Cinéma des régions, CCHSCT...), de syndicats professionnels, de chaînes de télé et d'organismes de diffusion,
- responsables et représentants de sociétés de gestion collective (SACD, SACEM, PROCIREP...),
- producteurs et distributeurs,
- auteurs, réalisateurs, scénaristes et script doctors, agents artistiques, cadres techniques de production et de réalisation...

Des experts (avocats, experts-comptables, assureurs, conseillers d'entreprise) interviennent également pour sensibiliser les stagiaires aux questions administratives, juridiques, financières, fiscales et sociales propres à l'entreprise de production.

Vous proposer une formation ouverte à distance (FOAD)

Depuis mars 2020, les stagiaires ont la possibilité de suivre les cours à distance par le biais d'une plateforme pédagogique.

Ce mode d'enseignement nécessite que les utilisateurs aient une bonne connexion internet et un matériel informatique fonctionnel.

UNE VOIE D'ACCÈS DURABLE AU SECTEUR AUDIOVISUEL POUR UNE RECONVERSION RÉUSSIE

La formation « ASSISTANT DE PRODUCTION » un parcours diplômant

S'orienter vers les métiers de l'audiovisuel relève d'un choix stratégique offrant les atouts d'une reconversion professionnelle durable.

LE CEFPF propose deux parcours diplômants reconnus par la **Commission Nationale de la Certification Professionnelle** et inscrits au Répertoire National des Certifications Professionnelles. Cette commission dépend de l'**Éducation Nationale** et habilite les organismes à délivrer des titres reconnus par l'Etat :

« **Assistant de production** » niveau 6 (EU) code NSF 323p

La formation « Assistant de production » une voie d'accès au secteur audiovisuel pour une reconversion réussie

- o Nous vous accompagnons dans votre reconversion
- o Nous vous garantissons un accompagnement personnalisé
- o Nous vous assurons un enseignement avec des formateurs en activité

Prise en charge

Si vous êtes intermittent du spectacle, salarié du secteur audiovisuel, salarié en reconversion, ou à la suite d'un licenciement économique, plusieurs alternatives sont possibles pour la prise en charge de votre formation par l'intermédiaire de votre OPCO, pôle emploi, CPF...

DES QUESTIONS ? CONTACTEZ-NOUS !

01 40 30 22 35

*Notre équipe est à votre disposition
du lundi au vendredi de 9h à 19h*



L'ASSISTANT

DE PRODUCTION



L'ASSISTANT DE PRODUCTION AU CŒUR DE LA CHAÎNE DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET AUDIOVISUELLE

PUBLIC CONCERNÉ

Les stagiaires peuvent avoir des niveaux scolaires initiaux variables. Le succès de leur démarche est essentiellement le fruit d'une capacité d'adaptation et de polyvalence, que viennent compléter des connaissances théoriques liées aux enjeux du secteur et à l'acquisition d'une technicité spécifique dispensée en cours de formation.

PRÉ-REQUIS ET SÉLECTION DES CANDIDATS

Pour déposer un dossier de préinscription :

- o Pour les étudiants : un niveau Bac + 2
- o Pour les personnels en reconversion (formation continue)

- niveau au moins équivalent au Brevet Professionnel, au Brevet de Technicien, au Baccalauréat Professionnel ou Technologique (niveau IV),
- expérience professionnelle d'au moins trois ans, évaluée par les responsables pédagogiques du CEFPF.

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

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

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

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

OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE LA FORMATION

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

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



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

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

Dans un secteur professionnel très hétérogène, la nature des fonctions exercées par l'Assistant de production varie selon la taille de l'entreprise au sein de laquelle il travaille.

Dans une entreprise de 2 à 5 salariés permanents, il peut être étroitement impliqué dans la gestion proprement dite de la société et seconder directement le Producteur dans le développement des projets.

OBJECTIFS DÉTAILLÉS PAR ACTIVITÉS

On peut ainsi classer les activités de l'Assistant de production en grands blocs d'activités :

■ Bloc 1 : Préparation d'un projet de production (long-métrage, série, documentaire, magazine)

-Lire et analyser un (scénario d'un long-métrage, concept d'une série, dossier documentaire...) à l'aide de la rédaction d'une fiche de lecture en vue de définir la direction du projet de production.

-Construire une relation avec l'auteur et un espace de discussion afin d'enrichir le projet en apportant une analyse extérieure identifiant ses forces et ses faiblesses et en faisant des propositions de révision du scénario.

-Rédiger une note d'intention de production reprenant les principaux atouts du projet et permettant au lecteur de comprendre la stratégie mise en place par le producteur en vue de financer le projet

-Evaluer de manière opérationnelle les besoins d'un tournage en rédigeant une feuille de dépouillement afin de constituer un plan de travail estimatif.

-Chiffrer les besoins du film (matériel / main d'œuvre humaine...) afin de dresser un devis estimatif d'un projet.

-Identifier les sources de financement en fonction des caractéristiques d'un projet afin d'établir les dossiers de demande de subvention correspondants.

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

-Identifier les besoins humains et matériels en tenant compte des financements accordés dans l'objectif d'identifier et de recruter les techniciens compétents.

-Rassembler les différents documents liés à l'organisation d'un tournage en organisant des réunions de travail avec les différents chefs de poste pour assurer le bon déroulement du tournage.

-Effectuer une dernière lecture des devis et préparer un échéancier du suivi des dépenses avec l'administrateur de production pour assurer le déroulement optimal du tournage

-Préparer les contrats des comédiens et des techniciens avec l'administrateur de production dans le respect de la convention collective applicable.

-Rassembler les données administratives fiables et vérifiées afin de les exploiter dans l'établissement des déclarations préalables à l'embauche (DPAE) conformément au droit social en vigueur.

-Rédiger la feuille de service qui constitue le plan de travail de la journée de tournage du lendemain, en coopération avec l'assistant réalisateur dans l'objectif d'organiser le tournage du projet.



-S'intégrer et se positionner de manière efficace dans une équipe de tournage afin d'assurer le reporting, notamment lors d'accidents, de retards et d'imprévus, pour assurer le bon déroulement du tournage

-Revoir quotidiennement le plan de travail avec l'assistant réalisateur et le directeur de production afin de tenir compte des imprévus et des dépassements dans le suivi des dépenses

-Gérer les fichiers vidéo en vue de paramétrer leurs transformations aux différentes étapes de la post-production, tout en sauvegardant et sécurisant les rushes.

-Assurer le lien entre le tournage, les prestataires de la postproduction et la société de production afin de contribuer à un déroulement fluide du tournage.

-Gérer les dernières demandes de montage du réalisateur et procéder à une modification du budget dans l'objectif de finaliser le projet.

-Organiser une projection test en présence des principaux chefs techniques intervenant dans les aspects artistiques.

■ Bloc 3 : Suivi administratif et juridique d'une société de production

-Traiter les appels téléphoniques et les mails afin d'assurer un reporting régulier au producteur.

-Gérer les plannings d'activité et les déplacements des personnels de la société de production afin d'optimiser le suivi du projet de production.

-Assurer le suivi des contrats et leur bonne exécution en contrôlant les documents émis par la société par la tenue d'un tableau de suivi des factures et des notes de frais.

■ Bloc 4 (option) : Gestion de la communication et du marketing digital d'une production de long-métrage et audiovisuelle

-Etablir une étude stratégique de lancement (objectifs, cibles, délais de livraison, référencement...) incluant une étude de marché et une analyse de la cible en fonction des objectifs de la société.

-Etablir un cahier des charges incluant une étude technique et détaillée du projet et de ses fonctionnalités, une étude de la stratégie de référencement et la définition de l'arborescence et des rubriques du site afin d'identifier les besoins de la société de production.

-Définir et mesurer des critères de performance d'un site en fonction de sa stratégie digitale afin de déterminer le nom de domaine (référencement) et le mode d'hébergement

-Définir l'identité visuelle du site web (couleur, typographie, logo, iconographie, choix des templates...) afin de créer le site web.

-Intégrer les contenus pertinents (textes, films, images) en veillant à la densité de mots clés et au ratio textes/images dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web.

-Optimiser le référencement automatique du site web sur les moteurs de recherche par la mesure de la performance d'un site et l'efficacité des actions marketing dans l'objectif d'assurer une meilleure visibilité au site web.

-Mettre en place une stratégie communautaire (réseaux sociaux pertinents à exploiter, profil de la communauté, fréquence idéale de publication, temps accordé...) en définissant les objectifs sur les réseaux sociaux et de la communauté, et en déterminant l'audience dans l'objectif de développer la notoriété de la société de production.

-Définir les valeurs (culture, codes sociaux et langagiers) et les règles de bonne conduite de la communauté (respect de la netiquette, protection des données personnelles...) et les faire appliquer dans le respect de la réglementation.



PRÉPARATION AU DIPLÔME D'ASSISTANT DE PRODUCTION

26 semaines (910 heures) dont 8 semaines (280 heures) de mise en pratique professionnelle en entreprise.

Du 25/04 au 24/06/22

Du 19/09 au 18/11/22

Du 03/04 au 02/06/2023

Du 29/05 au 28/07/23

Cette formation, niveau 6 (EU) code NSF 323, est homologuée auprès de la CNC, Commission Nationale de la Certification Professionnelle.

ANNÉE DE CRÉATION : 2004

NOMBRE DE CANDIDATS PRÉSENTÉS : 673

DEPUIS 2018

NOMBRE DE CERTIFIÉS EXERCANT LE MÉTIER VISÉ : 84 %

NOMBRE DE CERTIFIÉS EXERCANT UN MÉTIER CONNEXE : 84 %

Durée hebdomadaire des formations: 35 heures

Horaires hebdomadaires : 9h30-13h30 et 14h30-17h30

Lieu de formation : Paris 20^e

Renseignements : 01 40 30 22 35

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA FORMATION

Première partie (1 semaine) :

L'exploitation des outils informatiques dans une société de production

Deuxième partie (9 semaines) : LA PRODUCTION DE LONG-METRAGE

- Les enjeux de la production cinématographique
- Les financements du cinéma
- L'estimation des coûts d'un long-métrage
- Initiation à la gestion courante d'une société de Production
- La fiche de lecture - Analyse du Scénario
- Note d'intention de production

Troisième partie (2 semaines) : LA COMMUNICATION MARKETING DIGITAL

- Les réseaux sociaux
- Le site internet d'une société de production
- La stratégie de communication d'une société de production

Quatrième partie (5 semaines) : LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

- Panorama de la production audiovisuelle
- Le divertissement
- Le documentaire
- Le magazine
- La série de fiction
- La captation
- Production d'un programme audiovisuel

Cinquième partie (1 semaines) :

- Evaluation des Blocs
- Evaluation des connaissances théoriques
- Etude de cas en centre suivie d'une soutenance orale

Sixième partie (8 semaines) :

Une période de mise en pratique professionnelle en entreprise.

La validation de la certification repose sur 4 techniques d'évaluation :

- Des tests écrits
- Des simulations et cas pratiques (contrôle continu)
- Des dossiers soutenus devant un jury
- Un stage pratique en entreprise

Méthode pédagogique :

- Exposés théoriques - Master Class
- Exercices pratiques
- Rencontre avec différents chefs de poste
- Rencontre avec différents chefs de poste



Préparation au Titre « Assistant de production (cinéma - audiovisuel) » reconnu par la CNCP (Commission Nationale de la Certification Professionnelle).

SEMAINE 1 :

LES ENJEUX DE LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

1^{re} journée

Panorama de l'audiovisuel en France et dans le monde

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

Contenu : La naissance de modèles :

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

2^e journée

Le bouleversement des médias

Objectif : Analyse des nouvelles formes de production et de diffusion.

Contenu : La grande diversité de la production - les offres de diffusion :

- Panorama des acteurs classiques (TV commanditaires) ou publics
- Les révolutions numériques
- Panorama des nouveaux acteurs, nouveaux outils et offres en cours de développement

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

Objectif : A travers le rôle du producteur appréhension des différentes missions d'un assistant de production à chaque étape du film et selon les collaborateurs.
Aperçu global du fonctionnement de la production d'un long métrage

Contenu :

- Les métiers de la production
- Les différents types de producteurs
- Les salariés permanents d'une société de production
- Les intervenants occasionnels (intermittents, documentalistes, auteurs...).
- Exploration des principales fonctions

d'un producteur et des différents types de production :

- La gestion d'une production de films.
- Les principes de gestion d'une société de production.
- Mise en place de « la chaîne » de production et développement des projets.
- Les différentes étapes de production d'un projet de long métrage
- Cheminement du financement d'un film

3^{re} journée

Le réalisateur dans le processus de développement d'une fiction

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

Contenu : La collaboration producteur - réalisateur :

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

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

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

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

4^e et 5^e journées

Première approche de l'évaluation d'un scénario

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

Contenu : Méthode pour effectuer une lecture attentive d'un scénario (d'un point de vue production)

- Le coût des mots
- Découpage estimatif
- Liste des rôles principaux et secondaires
- Liste des décors (int/ext) > quels décors pourrait-on « regrouper » ?
- Casting possible ?
- Genre de film : policier/comédie/fantastique/drame/comédie dramatique...
- Pour quel public ? Grand public ? Adultes ? Enfants ? Art et Essai ? Diffusion TV (quelle chaîne ?) ? ...
- Lieux de tournage envisageables (quelles régions pourraient être sollicitées ?)
- Minutage du film : comparer les différents minutages
- Continuité (sur combien de jours se l'histoire racontée dans le film) > ce qui peut aider à envisager un PDT en cas d'ellipses, vieillissement, etc.



- Durée de tournage envisagée ? Combien de semaines environ
- Budget envisagé (à la louche)
- Une coproduction est-elle envisageable ?
- Ressenti personnel par rapport au scénario : clarté ? originalité ?
- Empathie pour les protagonistes ? Les personnages sont-ils forts ? Intéressants ?
- Qualité des dialogues ?
- Rythme ? Construction de l'intrigue ?
- Scènes qui pourraient être coupées ? Retravaillées ?
- Points forts ? Points faibles ?
- Iriez-vous voir ce film en salles ?

Du scénario au film tourné

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

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

■ SEMAINE 2 :

LES FONDATIONS ET LA STRUCTURE D'UN FILM

■ 1^{re} journée

De la dramaturgie au Pitch

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

Contenu : Les fondations d'un film : L'hypothèse dramatique

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

Savoir faire un pitch dramatique / thématique

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

La structure en trois parties/ou en sept parties

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

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

■ 2^e journée

Personnages/conflits/enjeux

Contenu : Les personnages

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

Exercice pratique : identifier les ressorts dramatiques, la caractérisation des personnages, le rythme d'un scénario / film

■ 3^e journée

Les différentes phases d'écriture d'un scénario

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

Contenu :

- Le « magma », la tambouille interne, les idées, le premier jet...
- Les diverses possibilités (technique de Truby : prémisses + thèmes = hypothèses dramatiques)
- Exploration du domaine en lien avec le sujet (recherches, univers, bibliographie, filmographie)
- Première note d'intention : pourquoi ce film ? Quel rapport avec soi ?
- Synthèse, fondations : pitch /sujet/Point de vue/genre/thème/métaphore/premier squelette
- Les personnages : caractérisation, courbe dramatique et réseau > comment rédiger une biographie de personnage
- La structure, l'intrigue
- Le séquençier, le scène-à-scène
- Le traitement
- Le synopsis (court/long...)
- La note d'intention V2
- 12
- La continuité dialoguée = le scénario (V1, V2, V3... DEF)



Exercice pratique : travail sur le réseau du personnage

- Post production
- Sortie du film

■ 4^e et 5^e journées :

Les différents intervenants sur un scénario

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

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

La fiche de lecture

Objectif : savoir lire un scénario et pouvoir identifier clairement les problèmes de scénario

Contenu : Méthode d'évaluation de scénario

Savoir distinguer :

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

■ SEMAINE 3 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (1)

■ 1^{ère} journée

Le développement et l'évaluation du scénario

Objectif : Prise de connaissance de l'œuvre proposée à la production

Contenu :

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

■ 2^e journée

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

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

Contenu : Exercices et simulation

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

■ 3^e journée

Les fondamentaux de la propriété intellectuelle

Objectif : Aperçu du code de la propriété intellectuelle : le droit des auteurs

Contenu :

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

Exercices pratiques : Examens de cas de jurisprudence

La cession des droits de l'auteur au producteur :

Contenu :

- Les conséquences et la destination de la cession des droits
- Les droits attachés à l'œuvre ou exclus par contrats
- La capacité des signataires, la forme des contrats
- Le contrat d'option.



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

■ 4^e journées :

Les fondamentaux de la propriété intellectuelle

Le droit à l'image :

Contenu :

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

Contenu :

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

■ 5^e journées :

Consolidation des connaissances excel adaptées à la production

Objectif :

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

Contenu :

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

■ SEMAINE 4 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (2)

■ 1^{er} journée

Le minutage du scénario

Objectif :

- Savoir pré-minuter un scénario et appréhender les enjeux

Contenu :

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

■ 2^e 3^{re} journée

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

Objectif :

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

Contenu :

Les conséquences et la destination de la cession des droits

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

■ 4^e journée

Les conventions collectives

Objectif :

Connaissance du champ d'application des conventions collectives

Contenu :

- Les conditions générales d'emploi des techniciens
- Les dispositions légales sur les contrats à durée déterminée



■ 5^e journée

Le plan de travail et l'organisation du tournage

Objectif : Utilisation du dépouillement général pour l'élaboration du plan de travail.
Aperçu du travail du 1^{er} assistant mise en scène
Contenu : L'élaboration du plan de travail :

- Le regroupement par lieux, décors, sous-décors, regroupement des cachets des comédiens, regroupement des moyens

Contenu : L'élaboration du plan de travail :

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

Exercices pratiques :

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

Exercices pratiques :

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

■ 2^e 3^e journées :

Le devis estimatif (2)

Objectif : Analyse des différents postes du devis CNC

Contenu : Etude et correction des salaires des techniciens

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

■ 4^e journée

Le devis estimatif (3)

Objectif : Chiffrage des postes salaires des comédiens et charges sociales

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

■ 5^e journée

Objectif : Chiffrage des postes salaires des comédiens et charges sociales

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

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

Contenu :

- Présentation du travail du Chef décorateur, composition de son équipe
- Le travail de l'équipe déco face aux demandes de la mise en scène et contraintes budgétaires
 - La création d'un décor en studio : organisation du travail et coûts
 - Les aménagements d'un décor nature
 - Les relations avec le réalisateur et le directeur de production
 - L'organisation du travail et la responsabilité du décorateur
 - Analyse du coût de fabrication des décors et du meublage
 - L'utilisation du numérique et de l'informatique dans la conception et la construction des décors

■ SEMAINE 6 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (4)

■ 1^e journée

Le devis estimatif (4)

Objectif : Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

Contenu : Etude et correction des postes :
Décors et costumes

■ SEMAINE 5 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (3)

■ 1^e journée

Le devis estimatif (1)

Objectif : Analyse des différents postes du devis CNC

Contenu : Etude et correction des postes :

Droits artistiques (auteurs, réalisateur, droits musicaux)

Objectif :

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

Contenu :

- Les différents organismes de gestion des droits musicaux

- La SACEM :

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



■ 2^e journée

Objectif :

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

Contenu :

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

■ 3^e journée

Le devis estimatif (5)

Objectif : Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

Contenu : Étude et correction des postes :
Transports, défraiements, régie

■ 4^e journée

Le rôle du Chef Opérateur

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

Contenu : Le travail du Chef Opérateur

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

Le rôle de l'ingénieur du son

Objectif :

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

Contenu :

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

■ 5^e journée

Le devis estimatif (6)

Objectif :

Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

Contenu :

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

■ SEMAINE 7 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (5)

LA POSTPRODUCTION

■ 1^{re} journée

La place et le rôle du directeur de postproduction

Objectif : Définition du rôle et des responsabilités du directeur de postproduction

Contenu : Le rôle du directeur de postproduction :

- gestion humaine et financière
- son champ d'expertise
- ses responsabilités
- les étapes et la fin de sa mission

Les différentes étapes de la chaîne de postproduction

Objectif : Connaissance de la chaîne et du planning postproduction

Contenu : Identification et choix des différentes étapes de la postproduction du film du tournage à la sortie en salles suivant les formats de prise de vues (argentique ou numérique)

- Le développement du négatif (pour l'argentique)
- La digitalisation
- Le montage image
- Le montage son
- Le bruitage
- La post-synchro
- Le mixage
- Report optique...
- Les travaux de finitions au laboratoire

Exercice pratique : Elaboration du planning de postproduction du film

■ 2^e journée

Le montage image

Objectif : Aperçu du travail du monteur image

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

■ 3^e journée

Le montage son

Objectif : Aperçu du travail du monteur son

Contenu : L'évolution du montage son
Les étapes du montage son
L'organisation du travail et le matériel utilisé
La gestion des nouveaux supports numériques
La constitution de l'équipe de montage son
Les finitions sonores : l'enregistrement de la postsynchronisation et du bruitage

Le mixage

Objectif : Aperçu du travail du mixeur

Contenu : Analyse des différents paramètres qui interviennent lors du mixage

- Point de vue technique



- Point de vue artistique
- Les choix de la mise en scène et les influences sur le film

Les différents système d'enregistrement Dolby Stereo ou DTS

- Les négociations avec les prestataires et les fournisseurs

■ 4^e journée

LES EFFETS VISUELS VFX

Objectifs :

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

Contenu :

- Les étapes de fabrication des effets spéciaux numériques
- Les différents types de trucages : morphing, incrust, mate-painting...
- Leur réintégration dans le montage final du film
- Analyse des différences entre SFX effectués lors du tournage et VFX en post production
- Les choix artistiques, financiers et techniques
- Les logiciels et le matériel utilisé
- Les équipes spécialisées dans les VFX
- Les incidences des VFX sur le devis
- Les principales sociétés françaises spécialisées dans les effets visuels

■ 5^e journée

La postproduction, les dernières étapes

Objectif : Vérification des notions acquises

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

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

■ SEMAINE 8 :

LA PRODUCTION DE LONG METRAGE CAS PRATIQUE (6)

■ 1^e journée

Le devis estimatif (7)

Objectif : Analyse des différents postes à partir d'un devis établi

Contenu : Le devis postproduction

■ 2^e journée

Les contrats d'assurance et la garantie de bonne fin

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

Contenu : L'organisation des assurances dans le secteur cinématographique

- La responsabilité civile
- Les différents risques de production

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

■ 3^e journée

Le devis estimatif, finalisation (8)

Objectif : Finalisation du devis

Contenu :

- Les dernières étapes du devis en relation avec la mise en production du film
- Etude du devis et modifications au vu des nouveaux éléments des derniers postes du devis :
 - assurances
 - frais financiers
 - frais d'enregistrement au RPCA

■ 4^e journée

Les questions administratives d'un film 1

Objectif :

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

Contenu :

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

■ 5^e journée

Les questions administratives d'un film 2

Objectif :

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

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



Contenu :

Panorama des acteurs qui contrôlent la comptabilité, comprendre le pourquoi des contraintes
La Facture : définition et mentions obligatoires
La TVA : les grands principes
Le Bon de commande : explications et travaux pratiques
Organisation de la chaîne des validations avant mise au règlement
Les chèques de caution, les dépôts de garantie
La demande de règlement : explications et travaux pratiques
La Note de Frais : explications et travaux pratiques
Tableaux de suivi des hébergements : comment le construire et le gérer
La structure du devis du CNC
Le crédit d'impôt
La relation de travail entre assistant de production et administrateur de production

Contenu :

Analyse des aides sélectives : critères et modalités de leur attribution

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

Analyse des aides automatiques

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

L'agrément

Objectif :

Définition du rôle du vendeur

Contenu :

L'approche pratique de la réglementation en matière d'agrément

Les différentes procédures (investissement, production)

- Les conditions d'éligibilité
- Les différents modes de calcul

Les aides territoriales

Objectif :

Connaissance des aides régionales et des différents types de soutiens régionaux

Contenu :

Historique des politiques territoriales en matière cinématographique :

- La notion d'aide (régions, départements, villes)
- Les relations entre le CNC et les régions

Les différents types d'aides régionales :

- Subventions
- Aides remboursables
- Cas particulier Rhône Alpes cinéma
- L'accueil des tournages en région,

La Commission Nationale du Film France

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

■ SEMAINE 9 :

LE FINANCEMENT DU FILM

■ 1^e journée

La préparation du plan de financement

Objectif :

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

Contenu :

Les questions à se poser lors de la recherche de financements

La distribution des films en salle

Objectif :

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

Contenu :

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

■ 2^e journée

L'intervention du CNC dans le financement des films

Objectif :

Connaissances des mécanismes d'aide aux financements par le CNC



■ 3^e journée

Les aides européennes

Objectif :

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

Contenu :

Panorama des soutiens publics aux productions cinématographiques :

Les aides au développement de projet :

Le programme Media

- les actions du plan Media
- les critères de sélection des projets

Les aides à la production : Eurimage

- le rôle d'Eurimage
- les critères de sélection des projets

Exercice : Etude d'un dossier de candidature

La candidature et le dossier Eurimage

Objectif :

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

Analyse du dossier de candidature à Eurimage.

Contenu :

L'approche pratique de coproducteurs étrangers.

L'implication des partenaires étrangers :

Le montage financier de leur participation au film.

La répartition des dépenses entre pays coproducteurs et le crédit d'impôt

Exercice : Etude du dossier de candidature à Eurimage.

Le financement international

Objectif :

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

Contenu :

Etude de la réglementation entre pays

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

La recherche de financements auprès de coproductions étrangères

■ 4^e journée

Les SOFICA

Objectif :

Connaissance des modalités de création des SOFICA et leur réglementation.

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

Contenu :

L'historique de leur développement et de leur rôle depuis leur création

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

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

Objectif :

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

Contenu :

Le crédit d'impôt national et international

Les conditions d'attribution, les dépenses éligibles

Les délais et formalités de mise en œuvre

■ 5^e journée

Le soutien des chaînes de télévision

Objectif :

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

Contenu :

Analyse de la programmation des chaînes de télévision

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

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

La politique d'achat des chaînes

La finalisation du plan de financement

Objectif :

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

Contenu : Cas pratiques



■ SEMAINE 10 :

STRATEGIE PROFESSIONNELLE

Appliquée à la recherche de stage, cette semaine consiste à travailler en atelier sur la constitution d'un CV et l'entraînement à l'entretien de recrutement.

BLOC 2 : LA COMMUNICATION MARKETING DIGITALE

■ SEMAINE 11 :

LE SITE WEB D'UNE SOCIÉTÉ DE PRODUCTION

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

■ 1^{re} journée

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

Comprendre les étapes de création d'un site Wix

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

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

Contenu : Projet web : décryptage des besoins

Bien identifier sa cible ainsi que ses besoins
Analyser les comportements : profils types des internautes

Fonctionnalités de base d'un site

Préparer le cahier des charges

Découvrir le HTML

Présentation des principales balises

Insertion de liens et d'images

Structure d'une page HTML, balises et attributs
Panorama des principales balises : titres, paragraphes, liens, images
Création de tableaux

Atelier pratique : création des premières pages en HTML

■ 2^e journée à la 4^e journée

Structuration de l'arborescence

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

L'ergonomie

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

- Structurer l'information
- Concevoir l'arborescence du site

La construction d'un menu

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

La gestion de l'apparence graphique

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

L'insertion du contenu

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

■ 5^e journée

La Version mobile de votre site

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



Administration de votre site Web

- Gestion du site
- Rôles et permissions
- Historique
- Le poids des images
- Le titre d'une page (pour un moteur de recherche)
- Inclure des mots clés dans vos pages Wix
- Résumé-Description d'une page
- Interdire une page aux moteurs de recherche
- Une astuce bien utile
- Importance du choix de l'url
- Déclarer et valider la propriété sur Google
- Envoyer le Sitemap à Google
- Outil SEO interne à WIX
- Informations vous concernant

■ SEMAINE 12 :

■ 1^e et 2^e journée

L'outil Google Adwords

Objectif :

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

Contenu :

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

Les principes et le fonctionnement de Google Adwords

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

Création et lancement d'une Campagne Google Adwords

- Définir des objectifs marketing
- Augmenter le trafic vers un site Web

- Constituer une base de données abonnés

Les principes et le fonctionnement de Google Adwords

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

Création et lancement d'une Campagne Google Adwords

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

Optimiser son site web pour mieux déterminer le ROI

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

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

- Mettre en oeuvre sa campagne : Définir les paramètres
- Créer les groupes d'annonces, rédiger des annonces efficaces et percutantes
- Choisir des mots clés pertinents, options de ciblage des mots clés
- Fixer son CPC maximum et son budget quotidien
- Activer son compte
- Résultats et indicateurs de performances : Synthèses et rapports, analyse des Informations
- Optimisations de ses campagnes sur Google Adwords : Optimiser ses mots clés, des annonces, gérer et exploiter la saisonnalité
- Retour sur investissement et suivi des conversions : Statistiques et Google Analytics, suivi des conversions
- Exploiter de nouveaux supports : Le réseau display, Google Maps et Adresses, Adwords mobile



■ De la 3e à la 5e journée :

Intégrer les réseaux sociaux dans la stratégie marketing

Objectif :

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

Contenu :

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

Utiliser les médias sociaux comme leviers d'engagement

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

Optimiser la présence de sa marque sur les réseaux sociaux

- Augmenter sa visibilité sur les réseaux sociaux : le SMO (Search Media Optimisation)
- Rédiger et publier des contenus à valeur ajoutée différenciant
- Interactivité et participatif : renforcer l'impact de ses campagnes social
- Se constituer un réseau d'influence pour booster la viralité de ses messages sur les réseaux sociaux.
- Atelier : maîtriser les nouvelles techniques de communication en ligne : stories, live streaming...
- Piloter et contrôler sa e-reputation et son personal branding grâce aux réseaux sociaux.

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- Déterminer son positionnement
- Développer une ligne éditoriale et un contenu associé
- Connaître les bonnes pratiques pour faire le buzz et susciter l'attachement
- Etablir une stratégie de marque avec des objectifs et un usage spécifiques
- Développer son réseau et son influence : les incontournables pour faire grandir sa communauté

de followers

Adapter sa stratégie de marque selon le média social

- Communiquer par l'image : l'importance du storytelling visuel sur les réseaux sociaux.
- Live streaming, vidéos... : comprendre l'impact de la vidéo et l'évolution des formats.
- Renforcer sa proximité clients sur les réseaux sociaux: développer ses stories.
- Atelier : réaliser et diffuser une story.

■ SEMAINE 13 :

PANORAMA DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

■ 1^{re} journée

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

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

- Contenu :**
- Description, à partir d'exemples, des différents types de programmes :
 - Les programmes de flux : informations, variétés, retransmissions sportives
 - Les programmes de stock : fictions (téléseries, séries), documentaires, films d'animation
 - L'économie de la production télévisuelle en fonction des différents types de programmes :

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

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

Les métiers de la production télévisuelle

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

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

L'organisation de l'antenne

Objectif : Connaître les différents postes d'une chaîne

Contenu : Organigramme et définition des fonctions, schémas d'organisatio



■ 2^e journée

Nouvelles télévisions et nouvelles consommations

Quelques repères historiques

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

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

Les nouveaux modes de réception et de consommation

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

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

L' écosystème télévisuel

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

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

■ 3^e journée

Panorama des chaînes de télévision françaises

Objectif : Connaître les principales chaînes de télévision

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

principaux enjeux actuels

Les politiques de programmation des diffuseurs

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

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

■ 4^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

Les nouveaux modes de production d'un programme audiovisuel

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

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

■ 5^e journée

La spécificité des contrats télévisuels

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

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



■ SEMAINE 14 :

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (1) CAS PRATIQUE : LA SÉRIE DE FICTION

■ 1^{re} journée

Se repérer dans les genres et formats des séries télévisées

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

Contenu : Connaître les grands producteurs de séries : histoire et stratégies de développement.
Le cadre de la production de la série de fiction en France.

Son poids économique, son organisation, ses financements,

Etude comparative de trois modèles (France/GB/ Etats Unis)

Les lignes éditoriales des chaînes (extraits de séries)

■ 2^e journée

Les codes d'écriture sérielle

Objectif : Connaître les règles d'écriture sérielle

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

■ 3^e journée

Etude d'un projet de l'idée à la postproduction : le devis

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

Contenu : L'implication du producteur et du diffuseur
- Le rôle du producteur en France
• La différence entre le rôle du producteur en France et à l'étranger (voir US)
- Petites parenthèses sur la méthode US/ les différences entre les deux cultures
• L'arrivée des méthodes US : writer room/ Plus Belle la Vie (différence tout de même avec le statut d'auteur) , Showrunner / Frédéric Krivine, Eric Ronchant
• La censure des chaînes en France (++ : Arte, Canal +)

- La différence au tournage (crossboarding ...)
- La diffusion (usage des grilles ≠)

- Les étapes de production :

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

- La recherche de financements,

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

- Le diffuseur

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

- Les contrats d'auteur

- Le chiffrage du devis

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

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

Exercice pratique : le devis

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

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

■ 4^e journée

La préparation du tournage / le tournage

Objectif :

Comprendre les étapes de préparation, de tournage, de postproduction et de vente

Contenu :

- **La préparation**
 - Le cross-boarding



Le tournage

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

La postproduction

- Les étapes de la post-production
- Conflit entre prod et post-prod
- L'art d'anticiper, du fait de tous les problèmes liés au numérique
- Livraison et PAD (données techniques)

La promotion

- Fabrication des éléments de promotion
 - Fiches techniques, résumés
 - Photos du film et photos de tournage
 - Visuels, affiches
- Les marchés complémentaires
- Replay-TV, VOD, Edition

■ 5^e journée

Le transmédia

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

Contenu : La web serie, avenir du cinema et de la creation ? focus sur les Etats-unis : une mutation en cours pour une nouvelle économie de programmes. une nouvelle façon de consommer les programmes le potentiel pour les createurs de films et de web serie la web serie au coeur de la politique des studios de cinema. la web serie au coeur de la politique des acteurs de l'entertainment : porte ouverte au renouvellement. De nouveaux modes financiers et de creation et de nouveaux createurs

■ SEMAINE 15 :

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (2) CAS PRATIQUE : LE DOCUMENTAIRE

■ 1^{re} journée

Le contenu d'un documentaire et sa production

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

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

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

d'un documentaire :

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 et du diffuseur

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

Contenu : Collaborer avec un réalisateur

Le dossier de production

Lobbying et réseaux

Diffusion, promo, versions étrangères (doublage, sous-titrage), édition DVD, VOD, festivals et ventes internationales

Le diffuseur

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

■ 3^e journée

Les questions juridiques

Objectif : Connaître les bases du droit d'auteur

Contenu : L'œuvre Titulaire des droits d'auteur Le droit des auteurs et les sociétés de perceptions des droits (SCAM) La rémunération des auteurs Contrats d'intermittents/contrats techniciens Le contrat du point de vue du producteur, du réalisateur (obligations du producteur) Le rôle de l'agent Quand les intérêts diffèrent entre producteur et réalisateur Exemple des clauses que je rajoute dans mon

Définition



■ 4^e journée

Préparation du film, le suivi du devis, le tournage

Objectif : Connaître les étapes de préparation et de tournage

Contenu : **Le casting documentaire**

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

Repérages

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

L'équipe

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

Contrats

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

Gestion des archives

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

Planning de production

Qui dépend du devis mais qui affecte aussi le devis

Autorisations

Lieux et personnes

■ 5^e journée

La postproduction, la promotion et la distribution

Objectif : Connaître les étapes de la postproduction

Contenu : **Ce qu'il faut gérer**

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

Les étapes de la post-prod

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

Le vendeur international

Objectif : Connaître les règles du marché international

Contenu : - Les caractéristiques du marché international

- Comment trouver un vendeur?
- À quel stade intervient-il?
- Les outils nécessaires à l'optimisation des ventes

Comment se négocie une vente (concept des packages)

- Spécificité contrats : pourcentages...
- Diffusion, promo, ventes étrangères (doublage, sous-titrage), édition DVD, VOD, festivals et ventes internationales
- Que fournir à un distributeur international?
- Les éléments pour la distribution par Doc&Co, par exemple (qui fabrique quoi et qui paye quoi?)
- La fiche technique détaillée du film
- Le relevé des dialogues avec time code
- Le relevé des commentaires avec time code
- Le relevé des sous-titres avec time code
- Le relevé des génériques début et fin avec time code
- Le relevé des musiques
- Le relevé des droits d'auteurs (archives)
- La transcription complète des textes du film au son et à l'image (textes des génériques inclus) en français et en anglais si disponible
- Un synoptis en français et en anglais
- Le biographie et filmographie du réalisateur en français et en anglais
- Jeu d'au moins 5 photos et fichiers numériques
- Dossier de presse et revue de presse si disponible
- Affiches, affichettes, jacquettes



Le transmédia

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

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

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

■ SEMAINE 16 :

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (3) CAS PRATIQUE : LE CROSS MÉDIA

■ 1^{re} journée

La notion de cross média

Objectif : Comprendre la notion de cross média
Appréhender l'évolution des différents médias

Contenu : Qu'est-ce qu'un projet transmédia ?
Convergences et divergences et ses frontières
Les enjeux de l'écriture transmédia en relation avec le degré d'interactivité tout en gardant à l'esprit faisabilité et mise en oeuvre du projet
Modes de production et de diffusion
Analyse à partir d'exemples de contenus

Évolution de différents médias, leur convergence et leur concentration

Objectif : Explorer l'univers des nouveaux médias
Connaître le paysage de la diffusion transmédia

Contenu : **Enjeux des nouveaux médias**
La notion de «nouveaux médias» : mobilité, délinéarisation, interactivité, nouveaux services, nouvelles demandes
La convergence numérique : technologie, usage, économie, contenus
La chaîne numérique audiovisuelle 2.0
Différents acteurs, différentes contraintes (opérateur, diffuseur, agrégateur, store...)
Le Web : historique et perspective
Définition, caractéristiques, services majeurs sur le Web
Le Web 2.0 et la vidéo : exemples de services (Youtube, Hulu, Dailymotion, Vimeo, Twitter, Blog...)
Les réseaux sociaux
La révolution mobile
iPhone et Android
L'iPad, qu'est-ce que ça change?
La chaîne de valeur sur le mobile : qui fait quoi?
Qui paye quoi?
Les business models des services
Concepts pour la cross-médiatisation
Définition, caractéristiques, formes d'écritures
Modes de production transmédia, web/téléphonie mobile
Tendances et perspectives : Évolution de modes

d'interactivité, niveaux d'implication, le spectateur et les ARG

Évolution de différents médias, leur convergence et leur concentration

Objectif : Explorer l'univers des nouveaux médias
Connaître le paysage de la diffusion transmédia

Contenu : **Enjeux des nouveaux médias**
La notion de «nouveaux médias» : mobilité, délinéarisation, interactivité, nouveaux services, nouvelles demandes
La convergence numérique : technologie, usage, économie, contenus
La chaîne numérique audiovisuelle 2.0
Différents acteurs, différentes contraintes (opérateur, diffuseur, agrégateur, store...)
Le Web : historique et perspective
Définition, caractéristiques, services majeurs sur le Web
Le Web 2.0 et la vidéo : exemples de services (Youtube, Hulu, Dailymotion, Vimeo, Twitter, Blog...)
Les réseaux sociaux
La révolution mobile
iPhone et Android
L'iPad, qu'est-ce que ça change?
La chaîne de valeur sur le mobile : qui fait quoi?
Qui paye quoi?
Les business models des services
Concepts pour la cross-médiatisation
Définition, caractéristiques, formes d'écritures
Modes de production transmédia, web/téléphonie mobile
Tendances et perspectives : Évolution de modes d'interactivité, niveaux d'implication, le spectateur et les ARG

■ 3^e journée

Marketing et création, enjeux de la production transmédia

Objectif : Connaître le paysage de la production
Appréhender les différents interlocuteurs spécialisés dans le financement d'un projet
Connaître les modèles émergents de production en matière de transmédia

Contenu : Les modèles émergents de production

Business model
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

Marketing et collaboration

La communication à l'ère des nouveaux médias

Tour d'horizon des techniques de communication digital et print

Quels objectifs?
Quelles cibles?
Quelles plateformes?
Quels médias?



Le soutien du CNC

Envisager un plan de financement en tenant compte des différentes sources de financement (CNC/financement participatif)
Étude de cas d'un projet transmédia ayant reçu le soutien du CNC (TV+Web)

Créer et impliquer la communauté de fans

Le Crowdfunding

Comment ça marche?
Acteurs : coproducteurs, porteurs de projet, plateforme
Contreparties, transactions, partage

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (3) CAS PRATIQUE : LE CROSS MÉDIA

Objectif : Définir et comprendre les spécificités techniques et juridiques de la gestion de production d'une captation
Acquérir les outils propres au traitement au traitement de la production de ce type de captation, du cahier des charges au chiffrage du projet

Contenu :

■ 4^e journée

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (3) CAS PRATIQUE : LA CAPTATION

Objectif :

Définir et comprendre les spécificités techniques et juridiques de la gestion de production d'une captation
Acquérir les outils propres au traitement au traitement de la production de ce type de captation, du cahier des charges au chiffrage du projet

Contenu :

Les différents genres de programmes de captation

Etude d'un cas pratique : l'évènement sportif

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

■ 5^e journée

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

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

- Les droits des artistes interprètes et organisateurs du spectacle

- La rémunération des artistes
- Les droits d'adaptation
- Les droits d'exploitation direct et rediffusions
- Le repérage sur site et validation des conditions de mise en place du dispositif technique
- Le dispositif technique : la régie multicaméras, le son, la postproduction
- La gestion de la préparation et des équipes
- Les intervenants spécialisés
- La gestion des enregistrements
- Le cas du direct
- Le chiffrage de la captation

■ SEMAINE 17 :

LES ÉMISSIONS DE PLATEAU

■ 1^{re} journée

Le développement du concept

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

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

- Les spécificités de la production de magazines
- La négociation et les accords avec les diffuseurs partenaires
- La ligne éditoriale et le cahier des charges du magazine
- La définition générale du concept
- La rédaction de la bible
- La construction des plans de financement

■ 2^e journée

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

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

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

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



■ 3^e journée

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

Objectif : Savoir chiffrer le coût de production d'un magazine

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

La rédaction des contrats

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

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

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

■ 4^e 5^e journée :

Le tournage (en direct) et la post-production

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

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

- L'équipe technique et artistique d'un magazine
- La préparation et la réalisation
- Les relations avec le producteur
- La composition du cahier des charges
- Le travail du directeur de production (repérages, sélection du personnel, matériel de captation et de transmission)
- Le rôle de la production exécutive sur la prévision des dépenses
- La mise en place de la captation
- Les étapes du déroulement des opérations en direct

Exercice :

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

Conférences de production, comptes-rendus

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

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

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

■ SEMAINES 19 À 26 :

PÉRIODE DE MISE EN PRATIQUE PROFESSIONNELLE EN ENTREPRISE

Un stage pratique conventionné d'une durée de 8 semaines vient compléter la formation en Centre. Ce stage compte pour l'obtention finale du certificat d'assistant de production. Il peut avoir lieu dans une ou plusieurs entreprises, pour collaborer à l'activité d'une société de production cinématographique ou audiovisuelle. Le stagiaire cherche, au cours de la formation, et en liaison avec l'un des responsables pédagogiques du CEFPPF, la ou les entreprises dans lesquelles il effectuera son stage. Cette entreprise doit être agréée par le CEFPPF et, si c'est le cas, le stage fait l'objet d'une convention tripartite entre le stagiaire, le CEFPPF et l'entreprise d'accueil.

Un suivi régulier, sous la forme de contacts téléphoniques, a lieu durant la période en entreprise, en fonction du cadre d'objectifs déterminé avec le stagiaire et l'entreprise d'accueil. Une évaluation a lieu à l'issue de cette période dans le cadre du passage des examens devant le jury de professionnels pour l'obtention du certificat.

Le CEFPPF a ainsi placé des candidats dans plus de 150 sociétés du secteur. On peut citer à titre d'exemples : AB Productions, ACIS Production, ADESIF Productions, AGAT FILMS et compagnie, ALAMA Films, Anna Lena Films, AURORA Films, Alicélio, Argos Films, BAREJO Productions, BLACK BIRD Productions, BOREALES, CARGO Films, CARLITO Films, CAURI Films, CHEZ WAM, Ciné Nominé, COSMOFILMS, COYOTE, Charivari Films, Château-Rouge Production, Cine Mag Bodard, Cinelite, Cinétévé, Cipango, DAILYMOTION, DIGIPLAYSTUDIO, DIVINE Productions, DOLCE VITA Films, Doc en Stock, Dubbing Brothers, Duran Duboi, EMPREINTE DIGITALE, EPICENTRE Films, EVERYBODY PICTURES, Elizabeth Films, Ellipse Distribution, Epicentre Films, EuropaCorp, FORECAST PICTURES, FRENZY PARIS, France 2, France 3, GALAXIE PRESSE, Galatée Films, Gemini Films, Glem Prod, Gaumont Buena Vista, GTV, HECTOR Films, HONKY TONK Films, HUSH, ILIADE & FILMS, IMAGE ON AIR, IRIS Production, JLA Productions, La Chauve Souris, La Vie Est Belle Films Associés, LAZENNEC & ASSOCIES, LDM Productions, LEGENDE Films, Les Poissons Volants, Les Productions de la Lanterne, LIBRIS Films, LUMINA Films, Laboratoire Eclair, Les Films à Fleur de Peau, Les Films de la Chouette, Les Films de la Strada, Les Films du Kiosque, Les Films du Losange, Les Films du Poisson, Les Films Hatari, Les Films Manuel Munz, Les Films Pelléas, Little Bear, LTC, MAGOURIC, MANCHESTER Films, MASCARET Films, MATADOR Films, MEZZANINE FILMS, Mille et Une Productions, Mact Productions, Morgane Production, Movimiento Production, Nord-Sud Productions, NERIA Productions, NEW DEAL Films, OUTER SPACE Productions, Pathé Films, PALE Films, PUBLICIS EVENTS FRANCE, RECIFILMS, RECTANGLE Productions, SACHA Production, SATELLITE MY LOVE, SEDNA Films, SNARX-FX, STUDIO 107, STUDIO BAHIA, Sertis, Son et Lumière, The Coproduction Office, Télécip, Telfrance, TV10, TABO TABO Films, VERTIGO Productions, VM Productions...

■ SEMAINE 18 :

EVALUATION DES BLOCS

● Evaluation des connaissances théoriques

Il s'agit de questions correspondant aux sujets abordés tout au long de la formation soit par le formateur référent, soit par un intervenant extérieur.

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



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.

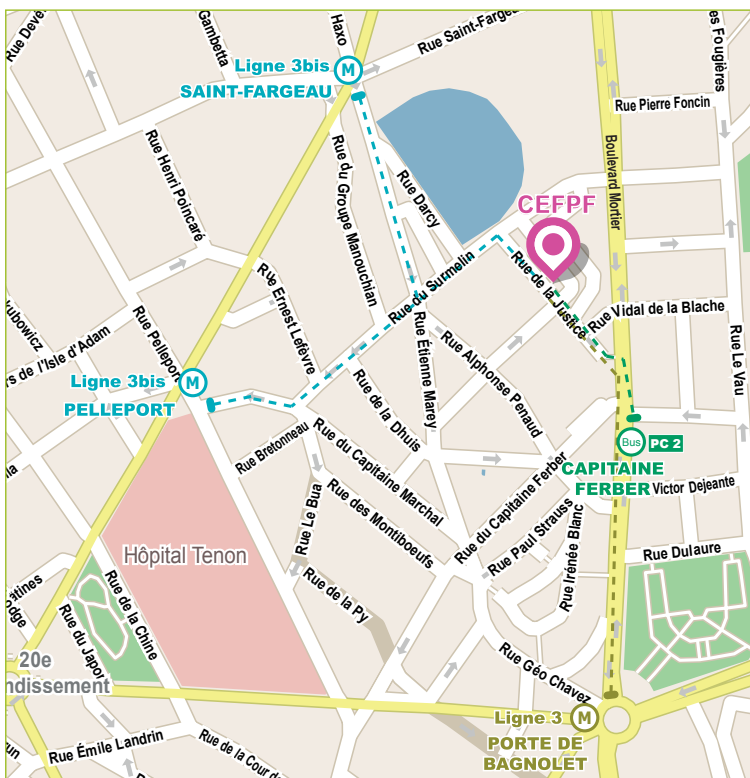
V . GARANTIES

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.



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

Fax : 01 40 30 41 69

Email : info@cefpf.com

www.cefpf.com

Retrouvez-nous sur **Facebook**

 www.facebook.com/CEFPF

Le CEFPF dispose, au 19 rue de la Justice et au 55 rue Etienne Marey, de salles accessibles aux personnes en situation de handicap.

Le CEFPF - Association à but non lucratif régie par la loi du 1^{er} juillet 1901
Siret 391 794 583 00057 Code APE 8559A N° de déclaration préfecture de Paris 11 75 192 997 5

