



CHARGÉ.E DE PRODUCTION

SÉRIE - DOCUMENTAIRE - PROGRAMME DE FLUX

FORMATIONS 2025

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS



LE CEFPF

32 ANS DE FORMATION AUX MÉTIERS DE L'AUDIOVISUEL

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

Créé en décembre 1992, le CEFPF a été l'initiateur de stages de formation destinés à répondre aux besoins des professionnels du secteur cinématographique et audiovisuel, souhaitant développer ou actualiser leurs connaissances en matière de production de films. Plus de 10 000 professionnels du film, intermittents du spectacle ou salariés permanents des sociétés de production et de diffusion ont, jusqu'à présent, participé à ces formations.

CENTRE EUROPÉEN DE FORMATION À LA PRODUCTION DE FILMS

LIEU DE FORMATION

19 rue de la Justice
75 020 PARIS

POUR TOUT RENSEIGNEMENT

01 40 30 22 35 - www.cefpf.com - info@cefpf.com

SOMMAIRE GÉNÉRAL

Le CEFPF en quelques mots	PAGES 4-5
Nos engagements	PAGES 6-11
L'assistant de production, le bloc 2	PAGES 12-20
Présentation générale	PAGES 21-22
Programme détaillé	PAGES 23-29
Conditions générales de vente	PAGES 30-31

NOS ENGAGEMENTS QUALITÉ

Certification QUALIOPi

Le CEFPP est certifié QUALIOPi depuis décembre 2020. A ce titre, il répond aux critères de qualité définis dans le référentiel : communication de son offre, formations adaptées aux besoins, accompagnement et suivi des apprenants, formation continue des formateurs, investissement dans l'environnement professionnel et l'innovation pédagogique, démarche d'évaluation permanente des apprenants et des dispositifs.

DES FORMATIONS DISPENSEES PAR DES PROFESSIONNELS ... POUR DES PROFESSIONNELS

Le CEFPP fait appel exclusivement à des professionnels pour dispenser les formations. Le recours à un grand nombre de ces professionnels – producteurs, représentants d'institutions publiques ou de sociétés de gestion collective, avocats, responsables d'organismes de diffusion... – permet de garantir l'actualité des connaissances transmises, la spécialisation des interventions ainsi que la diversité des savoirs et des savoir-faire. Le nombre et la diversité des formateurs intervenant au CEFPP rendent nécessaire le respect d'une « démarche qualité », fondée sur un travail de sélection et d'orientation préalable des candidats, une coordination pédagogique des interventions, assurée par un responsable pédagogique ainsi qu'un formateur référent associés à chaque formation, la contribution d'experts chargés du conseil et de l'ingénierie pédagogique, le suivi post-formation et l'accompagnement des stagiaires.

Une évaluation des acquis en fin de formation

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

Présentation de l'action de formation

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

Le responsable pédagogique est le garant de l'organisation générale du stage. Il s'assure du bon déroulement de la formation et propose, le cas échéant, les actions pédagogiques correctives. Le responsable pédagogique est assisté dans son action par le formateur référent.

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

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

Évaluation pédagogique en fin de parcours :

A chaque fin de semaine :

Les stagiaires effectuent un bilan sur le contenu pédagogique de la formation au moyen de questionnaires d'évaluation analysés par le directeur pédagogique.

En fin de formation (à chaud) :

Les stagiaires évaluent la méthode pédagogique pratiquée pendant la formation.

HANDICAP

NOUS SOMMES TOUS CONCERNÉS PAR LE HANDICAP !

Le CEFPF est engagé dans une démarche de diversité et d'égalité des chances. L'organisme de formation favorise l'accueil et l'accompagnement de tous ses apprenants. Un référent handicap est à votre disposition

1 personne sur 6 en France est en situation de handicap !

80% des handicaps sont invisibles !

1 personne sur 2 se retrouve confrontée à une situation de handicap au cours de sa vie de manière ponctuelle ou définitive.

En tant qu'organisme de formation et Centre de Formation des Apprentis (CFA), nous prenons la responsabilité d'adopter des pratiques non-discriminantes pour favoriser un égal accès aux savoirs pour tous.

COMMENT ? A QUI SE RENSEIGNER ?

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

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

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

DE L'INSCRIPTION AU CEFPF A L'INSERTION PROFESSIONNELLE

Chargé de l'inscription de l'apprenant, le référent handicap/directeur pédagogique construit avec lui son projet professionnel en prenant en compte les spécificités de son handicap. Aussi, veillant à ce que la formation se déroule au mieux, en tant qu'intermédiaire entre les formateurs et l'apprenant en situation d'handicap, le formateur référent aide le formateur à résoudre les problèmes qui peuvent survenir au cours de la formation de l'apprenant handicapé et se rend disponible pour recevoir les apprenants en situation de handicap lorsqu'ils en ressentent le besoin.

REFERENT HANDICAP

Michael LEBLANC

michael-l@cefpf.com

01 40 30 22 25

L'ÉVEIL ÉCOLOGIQUE

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

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

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

<https://www.ecoprod.com>

ÉGALITÉ DES FEMMES ET DES HOMMES ET DIVERSITÉ SEXUELLE ET DE GENRE

Conscient que la formation, tout comme l'éducation, joue un rôle majeur dans la lutte contre les inégalités Femmes/Hommes, le CEFPPF s'engage à respecter la parité dans ses recrutements et organisation d'examens de validation de connaissances.

SIGNALER UN INCIDENT :

La référente harcèlement du CEFPPF est à votre disposition pour signaler tout incident (discrimination, harcèlement, violence sexuelle ou sexiste ...), de manière personnelle ou anonyme, et dans le respect de la confidentialité des échanges.

REFERENT HARCÈLEMENT

Corinne DANGAS
corinne-d@cefpf.com
01 40 30 22 25

NOS ENGAGEMENTS PEDAGOGIQUES

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.

CONDITIONS DE RECEVABILITÉ DE L'INSCRIPTION A LA FORMATION

- 1 **Analyse du projet professionnel du candidat** : possibilité d'un entretien en présentiel, téléphonique ou en visio.
- 2 **Étude de recevabilité de la candidature** (CV et lettre de motivation, questionnaire) : le responsable pédagogique analyse la corrélation entre le projet professionnel du candidat et le parcours pédagogique de la formation.
Le candidat pourra alors être redirigé vers une autre formation en fonction de ses capacités.
- 3 **Réponse du service administratif sur l'acceptabilité du dossier du candidat** : envoi d'un mail
- 4 **Accompagnement du candidat pour les démarches administratives auprès de l'organisme financeur**
- 5 **Réponse envoyée par le financeur**
- 6 **Envoi de la convocation au candidat** : 10 jours avant le début du stage

Délais d'accès du traitement du dossier :

Selon l'organisme financeur (AFDAS, France Travail, Entreprise, CPF) il est conseillé de s'inscrire minimum 4 semaines avant le début de la formation.

En ce qui concerne Transition Pro et Financement Région (Province), il est conseiller de se rapprocher du CEFPPF, au moins un mois avant le début de la formation choisie

COMMENT FINANCER MA FORMATION?

Les financements de la formation professionnelle.

Plusieurs possibilités existent selon votre région, votre statut ou encore selon la façon dont vous envisagez votre parcours professionnel.

● En tant que demandeur.euse d'emploi

le CPF (Compte Personnel de Formation) : De façon générale, si vous êtes à temps plein ou à mi-temps, votre compte est alimenté à hauteur de 500 € par an jusqu'à atteindre le plafond maximum de 5 000 € (ces montants s'élevaient respectivement à 800 € et 8 000 € pour les salarié.e.s peu ou pas qualifié.e.s).

Plus d'informations : <https://www.moncompte-cpf.com/>

l'AIF (Aide Individuelle à la Formation) : vous devez demander au conseiller formation du CEFPPF de vous éditer un devis et de le transmettre à France Travail via votre espace dans la plateforme KAIROS.

● En tant que professionnel.le du secteur audiovisuel

L'Afdas est votre opérateur de compétences (OPCO), organisme paritaire agréé par l'Etat pour collecter les contributions formation des employeurs de la culture, de la communication et des médias. Ces contributions sont utilisées pour financer des actions de formation et de professionnalisation

Pour plus d'informations : <https://www.afdas.com/>

Le PURE (prévention usure reconversion) est destiné aux salariés exposés à des facteurs de risques donnant lieu à abondement du C2P (Compte Professionnel de Prévention) par l'employeur = travail de nuit, répétitif, rotation d'équipe, milieu hyperbare, températures extrêmes, bruit.

Pour plus d'informations : <https://www.transitionspro.fr/nos-dispositifs/prevention-usure-reconversion/>

Le PTP (Projet de Transition Professionnel) permet de financer une formation certifiante, avec maintien de tout ou partie de sa rémunération, dans un objectif de changement de métier ou de profession. Il s'adresse à tous les salariés du secteur privé (CDI, CDD, CDI Intérimaires, Intermittents) sous conditions d'ancienneté et d'activité, qui diffèrent selon le contrat.

Plus d'informations : <https://www.afdas.com/particulier/connaitre-les-dispositifs-et-les-modalites-dacces-a-la-formation/les-autres-dispositifs-pour-elargir-vos-champs-de-competences.html>

Vous êtes intermittent.e du spectacle :

Selon votre catégorie (techniciens du cinéma, réalisateurs...) vous devez justifier d'un nombre de jours de travail/ cachets.
Pour plus d'informations : <https://www.afdas.com/particulier/connaitre-les-dispositifs-et-les-modalites-dacces-a-la-formation/intermittents-du-spectacle-et-de-laudiovisuel.html>

Vous êtes salarié.e permanent.e, renseignez vous auprès de votre employeur

Pour plus d'informations : <https://www.afdas.com/entreprise/financer-vos-actions-de-formation.html>

Vous êtes auteur.ice ou artiste relevant des Agessa

Vous bénéficiez d'un accès à la formation dans le cadre du plan de développement des compétences des artistes-auteur.ices, dès lors que vous justifiez de :

6 990 € de recettes ou de montant brut de droits d'auteur sur les 3 dernières années

10 485€ de recettes ou montant brut de droits d'auteur sur les 5 dernières années

Ces conditions vous permettent de bénéficier d'un budget annuel de 5 600€ hors taxes pour financer une ou plusieurs actions de formation (selon les critères de prise en charge Afdas en vigueur).

Pour plus d'informations : <https://www.afdas.com/particulier/connaitre-les-dispositifs-et-les-modalites-dacces-a-la-formation/artistes-auteurs.html>

Vous êtes chef.fe d'entreprise non salarié.e

Si vous cotisez au RSI (Régime Social des Indépendants), votre formation peut être prise en charge par l'Agefice. Vous devez déposer une demande avant le début de la formation, puis avancer financièrement le montant de la formation que l'Agefice vous remboursera par la suite, sur présentation des documents justificatifs (facture acquittée, attestation de participation...).

Vous êtes salarié.e au sein d'une association loi 1901

Que vous soyez employeur ou salarié, les structures de statut associatif peuvent cotiser à l'Afdas

Pour plus d'informations : <https://www.afdas.com/entreprise/financer-vos-actions-de-formation.html>

Vous êtes indépendant.e et/ou profession libérale

Vous devez déposer une demande auprès du FIF-PL avant le début de la formation, puis avancer financièrement le montant de la formation que le FIF-PL vous remboursera par la suite, sur présentation des documents justificatifs (facture acquittée, attestation de participation...).

Audiens - L'Aide à la formation professionnelle

Après une étude personnalisée de votre situation, qui permettra d'examiner vos ressources, vos charges, le caractère destabilisant de la dépense, et dans le cas d'une réponse négative des organismes de financement sollicités (OPCO, Pôle Emploi, Conseil régional...), une aide pourra éventuellement vous être accordée par Audiens. Elle porte sur le coût pédagogique de la formation suivie.

Le financement personnel de votre formation

Vous souhaitez financer seul.e votre parcours de formation? Demandez un devis au conseiller formation du CEFPPF.

Différentes modalités de paiement peuvent vous être proposées de sorte à ce que vous puissiez suivre votre formation dans de bonnes conditions.

En tant qu'Association Loi 1901, le CEFPPF ne prend aucun frais pour les paiements en plusieurs mensualités et rembourse au prorata la formation si abandon (après réception d'un mail explicatif)

PRESENTATION DU METIER

SES ACTIVITES

source CPNEF AV

Le chargé de production prend en charge un projet validé par son directeur, ou alors analyse et valide un projet de moindre envergure lui-même (notamment dans le cadre des petites productions récurrentes). Il analyse la description du projet (synopsis, scénario, note d'intention etc.) et demande les précisions nécessaires au porteur du projet (réalisateur). A partir de tous ces éléments, il va déterminer les moyens nécessaires, à la réalisation du produit. Il estime également la durée de réalisation et fabrication. Une fois ces éléments stabilisés, il est en mesure d'estimer les coûts financiers. (Etablissement d'un devis

Une fois le projet validé, le chargé de production va alors préparer et organiser la production : engager des moyens humains (réalisateur, techniciens, collaborateurs artistiques...), réserver des moyens techniques (en interne ou en prestation externe), louer des matériels nécessaires, louer ou réserver des lieux (studio, décors...), vérifier et demander les droits d'auteur, tout le long de la fabrication, faire l'interface entre les différents intervenants. S'occuper notamment de faire établir tous les contrats nécessaires (contrats de travail, prestations, locations), vérifier des factures, faire les démarches administratives et juridiques (demande des autorisations de tournage, les bons de commande, vérification des factures).

Le chargé de production, travaillant dans le cadre d'une chaîne de télévision, peut également être en charge du suivi de programmes de flux récurrents comme des émissions de plateaux.

Le travail d'un chargé de production n'est pas simplement le suivi et la gestion d'un projet. Il doit être en mesure de formuler et argumenter vis-à-vis de projets artistiques : il doit également être très au fait des évolutions technologiques des moyens de production techniques afin de pouvoir déterminer des processus de production à moindres frais.



MODALITÉS DE LA FORMATION



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

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)

ou

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

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

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

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 «Chargé.e 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. Il est appelé, successivement ou simultanément, à s'occuper de gestion ou de communication pour l'entreprise qui l'emploie, à élaborer des dossiers de production et 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.

Le chargé de production peut se voir confier plusieurs types de production de sujets pour une émission de type magazine, des productions récurrentes comme celle des bandes annonces, des productions spécifiques dans le cadre de l'habillage antenne, ou encore s'occuper du suivi d'une émission de flux. Pour toute production, il doit : analyser le projet de production sur la base d'un document plus ou moins détaillé : description détaillée de type scénario dans le meilleur cas, note d'intention ou synopsis etc.

Il complète cette analyse par un questionnaire du porteur de projet (souvent un réalisateur) pour bien comprendre les propos (artistiques notamment). Pour ce faire, il doit avoir une bonne maîtrise de la méthodologie de projets artistiques, une capacité d'analyse technique et être capable de faire des commentaires critiques sur un projet, mais dans la perspective d'une avancée constructive. Pour de nombreux projets, il doit également être en mesure de faire valoir la charte graphique de la chaîne. Il doit trouver le bon équilibre entre la qualité artistique et technique d'un projet et un bilan financier en adéquation avec les moyens disponibles. Il a souvent une enveloppe budgétaire annuelle à gérer ce qui lui permet de varier les attributions financières selon l'intérêt des projets. En même temps que le dialogue avec l'initiateur du projet, il établit un devis estimatif de sa fabrication, ainsi qu'un planning. Le dialogue avec le réalisateur est d'une importance centrale, car elle doit permettre d'établir les moyens techniques à mettre en œuvre pour la fabrication (ce qui est un facteur important qui peut faire varier les coûts de production dans une fourchette considérable). Une bonne maîtrise des technologies disponibles lui permet d'orienter et de cadrer un projet.

Si bon nombre de productions peuvent être réalisées avec les moyens techniques existants de la chaîne, pour des projets plus ambitieux, il va devoir prendre contact avec des prestataires externes pour obtenir des devis et les négocier. Une fois tous les renseignements obtenus et le projet validé, un accord de production est conclu pour passer à la phase de fabrication. [source CPNEF AV](#)

La gestion de productions importantes telles certaines émissions de flux (plateaux de divertissement, émissions avec animateur quotidiennes ou hebdomadaires) est souvent réservée à des chargés de production expérimentés (ou des responsables de production travaillant avec une équipe). Les budgets à gérer sont en général très importants et demandent une bonne vue d'ensemble sur une année – ce qui exige une bonne expérience de ce type de production.

Le chargé de production doit être en mesure de ventiler les coûts en fonction des postes de dépenses (avec une estimation au début, pour cerner un coût estimatif global d'un projet). Il y a les importantes dépenses initiales (tels le décor, la première mise en place etc.), puis les postes de dépenses récurrentes (salaires, invités etc.). Le fonctionnement de la gestion au quotidien ressemble au travail de tous les chargés de production. Pour certaines émissions, l'équipe de production va sous-traiter la fabrication de certains éléments visuels (petites 'virgules', factures, etc.) à d'autres services internes.

Le chargé de production responsable doit régulièrement établir des comptes intermédiaires, non seulement pour bien suivre un projet et éventuellement parer à des débordements, mais aussi pour pouvoir établir le paiement des salaires et factures au mois.

OBJECTIFS DÉTAILLÉS DE LA FORMATION

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



METHODE PEDAGOGIQUE :

- Exposés théoriques et Master Class
- Cas pratiques et exercices de simulation



MODALITÉS D'ÉVALUATION

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.

Test écrit (2 heures) :

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

Mise en situation professionnelle (1 jour) :

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



COMPETENCES ATTESTÉES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- 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 afin de valider.

Depuis 2006,

852 personnes ont suivi la formation Assistant de Production.

90% des personnes qui ont suivi la formation, ont obtenu le titre Assistant de production inscrit au Registre National de la Certification Professionnelle (RNCP).

84% des personnes qui ont obtenu le titre ont réussi à s'insérer dans le secteur moins de 6 mois après leur formation.

Le bloc 2 «Gestion de la production et suivi de la postproduction d'un projet (long-métrage, série, documentaire, magazine» du CEFPP, enregistré au RNCP est en équivalence totale avec le bloc 3 intitulé « Gestion du budget et du déroulement d'une production pendant et après le tournage d'une oeuvre cinématographique ou audiovisuelle » du titre RNCP34194 .

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

MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale :	6 semaines - 30 jours - 210 heures
Durée hebdomadaire :	35 heures : 9h30-13h30 - 14h30-18h30 (1/2 journée de libre par semaine)
Lieu de formation :	CEFPF 19 rue de la Justice - 75020 PARIS
Contact :	Tél : 01 40 30 22 35
Date des sessions :	Du 27/01/25 au 7/03/2025
Modalités d'organisation :	Présentiel ou à distance (cours synchrones)
Prix :	7 000 € HT

FORMATEURS

Responsables Pédagogiques:	Michael LEBLANC, Directeur du CEFPF
Formateur référent et Intervenants :	Tout comme les membres du jury, le formateur référent et les intervenants sont des professionnels en activité (producteurs, diffuseurs, techniciens, réalisateurs, avocats spécialisés...)

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Supports fournis aux stagiaires :	Scénario de long métrage choisi par le formateur référent Matrice de devis CNC Dossier de documentation propre à chaque intervenant.
Moyens techniques à la disposition des stagiaires :	- (matériels, équipements techniques et informatiques, logiciels utilisés) - 1 écran 80 pouces avec une interface Windows permettant l'organisation de la formation à distance.
Nombre de stagiaires par poste de travail :	- 1 ordinateur Mac OS par personne équipé du Pack office
Modalités d'évaluation hebdomadaire :	- Les stagiaires effectuent un bilan sur le contenu pédagogique de la formation au moyen de questionnaires d'évaluation analysés par la formatrice référente et le directeur pédagogique.



PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE LA FORMATION

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE (6 semaines) :

- Panorama de la production audiovisuelle
- Le programme de flux (magazine, captation, télé-réalité)
- Le programme audiovisuel (documentaire, série de fiction).

Semaine 1 :

Panorama de la production audiovisuelle

De la Semaine 2 à la semaine 6 :

La production de programmes audiovisuels

La série de fiction

Le documentaire

Les émissions de plateau

PROGRAMME DÉTAILLÉ

■ SEMAINE 1 : 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 (télé-séries, 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'organisation

■ 2^e journée

Les nouvelles télévisions et leurs consommations

Objectif :

Définition des "nouvelles télévisions" : transformation des médias audiovisuels.

Comprendre les enjeux derrière les grandes mutations : numérique, plateformes, fragmentation des audiences.

Les origines de la télévision (1920-1950)

Contexte d'apparition : innovations technologiques et premières diffusions publiques.

Apparition de la télévision comme média de masse émergent.

L'âge d'or de la télévision linéaire (1950-1980)

L'influence culturelle et le rôle fédérateur de la télévision nationale

L'apparition des grandes innovations techniques (couleur, magnétoscope).

La Diversification de l'offre (1980-2000)

La multiplication des chaînes : câble, satellite, TV spécialisée.

Les premières approches du visionnage différé (magnétoscope, DVD).

La transition numérique et nouveaux usages (2000 à aujourd'hui)

Révolution numérique et Internet (2000-2010)

Le passage au numérique et montée en puissance des premières plateformes.

L'essor des contenus en ligne et des vidéos à la demande (YouTube, Netflix).

Les plateformes de streaming (2010-2020)

Le modèle Netflix : personnalisation et algorithmes.

Les télévisions connectées et changements d'usages (binge-watching, visionnage sur mobile)..

Multiplication des écrans et contenus interactifs (2020 et au-delà)

Le second screen : complémentarité TV et réseaux sociaux.

L'émergence de Twitch, TikTok : formats courts et interactivité.

Nouveaux modèles économiques

Transformations des financements

Le financement par abonnement (SVOD), publicité ciblée (AVOD), modèles hybrides.

Le déclin des revenus publicitaires pour la télévision linéaire.

Rôle des algorithmes et fragmentation de l'audience

Algorithmes de recommandation : personnalisation vs homogénéisation culturelle.
Segmentation des audiences : contenus de niche et grands succès mainstream.

Concurrence et domination des nouveaux acteurs

GAFAs et plateformes face aux chaînes traditionnelles.

Concentration des catalogues : enjeux pour la diversité des contenus.

Consommations et impacts socioculturels

Mutation des pratiques de visionnage

Binge-watching, visionnage différé, fragmentation des temps de consommation.

Consommation mobile : du grand écran au smartphone.

Enjeux sociétaux

Fracture numérique : inégalités d'accès.

Effets psychologiques : hyperconsommation et addiction aux écrans.

Perspectives d'avenir

Innovations technologiques

Réalité virtuelle, réalité augmentée : vers des expériences immersives.

Intelligence artificielle dans la création de contenus.

Défis écologiques et sociétaux

Impact environnemental des plateformes numériques.

Diversité culturelle et inclusion dans les nouveaux contenus.

Vers une régulation globale ?

Enjeux de régulation et souveraineté culturelle.

Rôle des gouvernements face aux géants du numérique.

Les nouveaux comportements

Binge-watching : impact sur la narration et le format des séries.

Visionnage multitâche : consommer du contenu tout en naviguant sur d'autres plateformes.

L'essor du contenu à la demande (on-demand viewing) et ses effets sur les grilles de programmation.

La consommation mobile et les formats courts

Rôle croissant des smartphones : verticalité et contenus snackable.

Analyse des formats comme TikTok et YouTube Shorts.

Les enjeux technologiques

Immersion et interactivité

Réalité augmentée (AR) et réalité virtuelle (VR) dans les expériences de visionnage.

Contenus interactifs : choix multiples, comme dans Bandersnatch.

Le rôle des données et de l'IA

Collecte et exploitation des données spectateurs pour anticiper les tendances.

Les limites éthiques de l'hyper-personnalisation (bulle algorithmique).

Définition et objectifs de la programmation attirer l'audience, fidéliser les spectateurs, optimiser les revenus.

Évolution des politiques de programmation à travers les époques (chaînes linéaires vs plateformes numériques).

Les enjeux actuels : fragmentation des audiences, concurrence des plateformes de streaming.

Chaînes linéaires traditionnelles

Télévisions généralistes (TF1, France 2, etc.) : stratégie grand public et diversité de programmes.

Chaînes thématiques : ciblage d'audiences spécifiques (documentaire, sport, jeunesse).

Plateformes numériques et services à la demande

SVOD (Netflix, Disney+) : recommandation algorithmique et absence de grilles fixes.

AVOD et FAST : formats gratuits avec publicité et programmation hybride.

Diffusion locale et internationale

Programmation locale : adaptations culturelles et quotas de production nationale.

Programmation globale : stratégies des plateformes pour répondre à des audiences mondiales.

Les facteurs influençant les politiques de programmation

Comprendre les audiences

Analyse des comportements spectateurs : plages horaires, habitudes de visionnage, segmentation démographique.

Utilisation des données pour orienter les choix de programmation.

Les contraintes réglementaires et économiques

Réglementations nationales (quotas de diffusion, protection des œuvres locales).

Les impératifs financiers : rentabilité, partenariats publicitaires, et stratégies de co-financement.

Tendances et événements spécifiques

Programmation événementielle : grands événements sportifs, soirées spéciales, premières exclusives.

L'impact des actualités et des saisons sur les grilles (été/hiver, rentrée scolaire).

Construire une grille de programmation

Analyse de grilles existantes

Étudier des exemples de grilles de chaînes généralistes et thématiques.

Comparer les stratégies de programmation entre chaînes linéaires et plateformes numériques.

Atelier pratique : Élaboration d'une grille de programmation

Par petits groupes, concevoir une grille pour une chaîne ou une plateforme donnée.

Prendre en compte le public cible, la concurrence, les contraintes économiques, et les événements saisonniers.

Présentation et justification des choix effectués.

■ 3^e journée

Les différents types de diffuseurs et leurs logiques de programmation

Objectif :

Comprendre les stratégies et les choix des diffuseurs dans l'élaboration de leurs grilles de programmation et leur impact sur la production et la réception des contenus audiovisuels.

Contenu :

Le rôle de la programmation dans l'écosystème audiovisuel

Les défis contemporains des politiques de programmation

L'équilibre entre algorithme et intuition humaine

Automatisation des recommandations et risques de formatage des contenus.

Rôle de l'humain dans la programmation des événements et des œuvres culturelles.

Programmation et diversité

Promouvoir la représentation et l'inclusion dans les choix de diffusion.

Intégration de contenus innovants et alternatifs dans des grilles dominées par les standards commerciaux.

Vers une programmation personnalisée

Défis et opportunités des grilles individualisées pour chaque utilisateur.

Impact sur la notion de "communauté d'audience".

Les tendances et défis contemporains

Les impacts de la data sur la programmation

Utilisation des données pour ajuster les grilles et prédire les succès.

Limites de l'algorithmique : risque de formatage des contenus et perte de diversité.

La montée des contenus personnalisés

Émergence de grilles individualisées grâce à l'IA.

Le défi de maintenir une expérience collective dans un monde hyper-segmenté.

La durabilité et l'inclusion dans les politiques de programmation

Intégrer des œuvres respectueuses de l'environnement et promouvant la diversité.

Évolution des attentes sociétales : plus de transparence et d'éthique.

■ 4^e journée

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

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

■ 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 2 :

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS 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.
Connaître les grands producteurs de séries : histoire et stratégies de développement.

Contenu :

Le cadre de la production de la série de fiction en France.
Son poids économique, son organisation, ses financements,
Étude comparative de trois modèles (France/GB/ États 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 :

Structure narrative (arc principal et arcs secondaires).
Description des personnages et des univers.
Planification des épisodes : idées principales et intrigues majeures.

■ 3^e journée

La phase de développement

Objectif :

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

Contenu :

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

Petites parenthèses sur la méthode US :
Les différences entre les deux cultures
L'arrivée des méthodes US : writer room/

Belle la Vie (différence tout de même avec le statut d'auteur) , Showrunner / Frédéric Krivine, Eric Ronchant
La censure des chaînes en France
La différence au tournage (crossboarding ...)
La diffusion (usage des grilles ≠)

Les étapes de production :

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

La recherche de financements,

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

Le diffuseur

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

Les contrats d'auteur

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

■ 4^e journée

Etude du processus de fabrication

Objectif :

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

Contenu :

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

■ 5^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 planning de fabrication (de production) : préparation, plan de tournage, finitions.
 - Les repérages
 - Le choix de la construction du/des décors.
 - La gestion des autorisations.
- Le tournage
 - La fabrication proprement dite (feuille de service, rapports de production, rapports image, visionnage des rushes, relations avec le réalisateur et l'équipe).

■ SEMAINE 3 : LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS CAS PRATIQUE : LA SÉRIE DE FICTION (2)

■ 1^{er} et 2^o journées :

-La postproduction

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

Diffusion et promotion

Objectifs du jour : Comprendre les stratégies de lancement et de diffusion.

Les diffuseurs et les plateformes
Différence entre chaînes traditionnelles et plateformes (Netflix, Amazon, etc.).
Stratégies de mise en avant des séries sur les plateformes.

La promotion d'une série
Teasers, bandes-annonces, campagnes sur les réseaux sociaux.
Organisation de festivals et avant-première

Distribution internationale
Les enjeux co-productions et des ventes à l'étranger.
Adapter le contenu pour les marchés locaux.
4Atelier pratique : Pitch de la série
Chaque groupe présente sa série à des "investisseurs" fictifs.nouveaux createurs

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS CAS PRATIQUE : LE DOCUMENTAIRE

■ 3^e journée

Le contenu d'un documentaire et sa production

Objectif :

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

Contenu :

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

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

Définition du projet, sélection et évaluation par rapport aux projets concurrents, scénarisation.

La constitution d'un dossier de présentation artistique et technique à destination des diffuseurs :

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

■ 4^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

■ 5^e journée

Le transmédia

Objectif :

Connaître les différentes étapes de la production d'un webdoc

Contenu

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

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

■ SEMAINE 4 :

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS

CAS PRATIQUE : LE DOCUMENTAIRE (2)

■ 1^{re} journée

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.

■ 2 et 3^e journées

Préparation du film, le suivi du devis, le tournage

Objectif :

Connaître les étapes de préparation et de tournage

Contenu :

Le casting documentaire
Où trouver les gens?

- Vrais gens (pour eux-mêmes)
- Gens avisés
- Experts et scientifiques

Ingérence de la chaîne
La question éthique (les payer? Retours? SAV?)
Animaux (ex: casting de chien)
Repérages
- Autonomes

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

L'équipe

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

Contrats

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

Gestion des archives

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

Planning de production

Qui dépend du devis mais qui affecte aussi le devis.

Autorisations

Lieux et personnes

■ 4^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-production

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

- Fiches techniques, résumés
- Photos du film et photos de tournage
- Visuels, affiches
- Site dédié ou pas

Diffusion

- Festivals
- Édition de DVD (interne producteur, diffuseur ou commerciale)
- Mise en ligne gratuite ou payante
Les caractéristiques du marché international

LA PRODUCTION DE PROGRAMMES DE FLUX LES ÉMISSIONS DE PLATEAU

■ 5^e journée

Qu'est-ce qu'un magazine audiovisuel ?

Objectif :

Comprendre les spécificités d'un magazine audiovisuel et définir une ligne éditoriale cohérente.

Contenu :

Définition et spécificités : format, rythme, ton.
Différences entre un magazine, un reportage, et un documentaire.
Études de cas : analyse de magazines existants (ciblage, audience, style).

Définir la ligne éditoriale
Identifier le public cible : besoins, intérêts et attentes.
Choisir un thème ou une thématique récurrente.
Déterminer le ton (informel, pédagogique, engagé).

Structure et format d'un magazine
Rubriques principales : reportages, interviews, chroniques.
Durée et fréquence de diffusion.
Équilibrer contenu informatif et divertissant.

Le développement du concept

Objectif :

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

Contenu :

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

■ SEMAINE 5 : LES ÉMISSIONS DE PLATEAU

■ 1^{re} journée :

L'évaluation des coûts et la recherche de financement

Objectif :

Pouvoir établir le coût d'une émission de divertissement.

Contenu :

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

■ 2^e et 3^e journées :

Finalisation des coûts et préparation de l'émission

Objectif :

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

Contenu :

A partir d'un cas réel de production, les stagiaires étudient :
Le fonctionnement général d'une émission
La préparation : matériel nécessaire, composition de l'équipe.
L'élaboration du devis relatif à cette émission et la prévision du coût de la production à long terme (cumul des coûts, économies d'échelle).
La recherche de partenaires financiers.
La négociation et les arguments vis à vis du diffuseur.

La préparation d'une émission

Objectif :

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

Contenu :

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

Le tournage, les contraintes techniques et la postproduction

Objectif :

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

Contenu :

Le tournage en direct / conditions du direct

■ 4^e journée

La diffusion et la vente : débouchés télévisuels et nouveaux médias

Objectif :

Pouvoir négocier avec le diffuseur la pérennité d'un magazine.
Connaître les opportunités et l'approche stratégique de la vente sur les nouveaux médias.

Contenu :

La durée de vie moyenne d'un programme
La reconduction de ce programme en fonction :
- de la ligne éditoriale du diffuseur ;
- des résultats de l'audience ;
- de la grille de programmes.
Analyse des éléments possibles de négociation pour le cas considéré.

Les nouvelles opportunités de vente et de diffusion :

Contenu :

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

■ 5^e journée :

La Distribution et La Vente de Programmes

Contenu :

Les caractéristiques du marché
Les différentes possibilités de diffusion
Les circuits de distribution nationale et internationale

Les outils nécessaires à l'optimisation des ventes
Les méthodes de négociation avec un client

■ SEMAINE 6 :

Produire un format audiovisuel

Objectifs

Élaboration d'un concept de format audiovisuel original.
Création d'une bible détaillée et professionnelle.
Production d'un teaser ou d'un élément graphique illustrant le format.
Présentation d'un pitch complet et convaincant devant un jury.

■ 1^{ère} journée : Qu'est ce qu'un format?

Comprendre les formats audiovisuels

Objectifs:

Découvrir les spécificités des formats et poser les bases de la création d'un concept original.

Contenu :

Introduction aux formats audiovisuels
Définition : qu'est-ce qu'un format ?
Types de formats : divertissement, talk-shows, télé-réalité, jeux, magazines, formats hybrides.
Études de cas : analyse de formats populaires et exportés à l'international.
Identifier les attentes des diffuseurs et des audiences
Comprendre les critères d'un format réussi : originalité, répétabilité, adaptabilité.
Analyser les tendances actuelles des chaînes et des plateformes.
Élaborer un concept de format
Trouver une idée originale : brainstorming et techniques créatives.
Définir les piliers du format : ton, rythme, univers visuel et sonore.

■ 2^{ème} journée : Construire la bible du format

Objectifs :

Développer les éléments essentiels d'un format dans une bible professionnelle.

Contenu :

La bible du format : définition et rôle
Structure et contenu : description du concept, déroulé, cibles, et visuels.
Importance des détails pour garantir la reproductibilité.

Les éléments-clés d'un format
Déroulé-type : chronologie des étapes (timing précis).
Règles du jeu ou mécanismes narratifs : structuration claire et attrayante.
Personnages ou participants : profils recherchés et rôles.

Visuels et éléments graphiques
Illustrer le concept : moodboards, storyboards, ou exemples visuels.
Proposer des maquettes graphiques pour renforcer la présentation.

Atelier pratique : Début de rédaction de la bible
Chaque groupe commence à structurer et rédiger les principaux éléments de sa bible.

■ 3^{ème} journée : Développement créatif et mise en scène

Objectifs :

Imaginer les aspects visuels et sonores du format, ainsi qu' la mise en scène des concepts clés.

Contenu :

Création de l'univers visuel et sonore
Identité graphique : logos, habillages, génériques.
Importance de la musique et du sound design dans la mémorisation.

Conception des décors et des lieux
Différences entre tournages en studio et en extérieur.
Optimiser les lieux pour refléter l'identité du format.

Déroulé et mise en scène des séquences
Gérer les transitions entre rubriques ou étapes.
Utilisation des outils narratifs pour maintenir l'engagement du public.

Atelier pratique : Réalisation d'une maquette visuelle ou sonore
Création d'un teaser ou d'un générique fictif pour illustrer le concept.

■ 4^{ème} journée : Production et faisabilité

Objectifs :

Anticiper les contraintes techniques, organisationnelles, et budgétaires de la production du format.

Contenu :

Évaluer la faisabilité technique
Matériel nécessaire : caméras, équipements audio, régie.
Contraintes spécifiques selon le type de format (direct, différé, multicaméras).

Budget et ressources humaines
Estimer les coûts : décors, talents, équipes techniques, post-production.
Identifier les compétences et profils clés dans une équipe de production.

Logistique et planning
Élaboration d'un planning détaillé : pré-production, tournage, post-production.
Gestion des imprévus et optimisation des ressources.

Atelier pratique : Simulation de production
Élaboration d'un budget simplifié et d'un planning pour le projet de format.

■ 5^{ème} journée : Pitch et présentation aux diffuseurs

Objectif :

Préparer et présenter un dossier complet de format à des décideurs fictifs.

Contenu :

Techniques de pitch efficaces
Structurer le pitch : accroche, description concise, points forts, différenciation.
Anticiper les questions des diffuseurs : adaptabilité, audiences potentielles, coût.

Dossier de présentation

Constituer un dossier complet et attractif (bible, teaser, éléments visuels).

Mettre en avant les points forts du format et ses potentialités commerciales.

Perspectives internationales

Exportation des formats : les clés d'un succès mondial.

Adapter un format à différents marchés et cultures.

Atelier pratique : Pitch final

Chaque groupe présente son format devant un jury fictif composé d'autres participants et de formateurs.

Retour critique et suggestions pour améliorer le projet.



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.

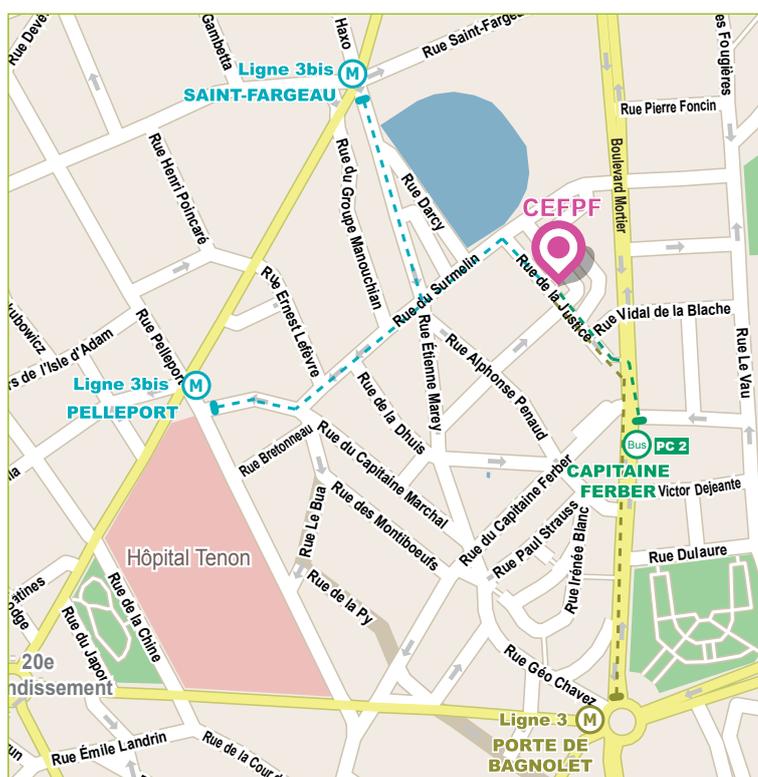
V . GARANTIES

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

19 et 19 bis, rue de la Justice
75020 Paris

Standard : 01 40 30 22 35

Email : info@cefpf.com

www.cefpf.com

Retrouvez-nous sur **Facebook**

 <https://www.facebook.com/cefpf.centredeformation>

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