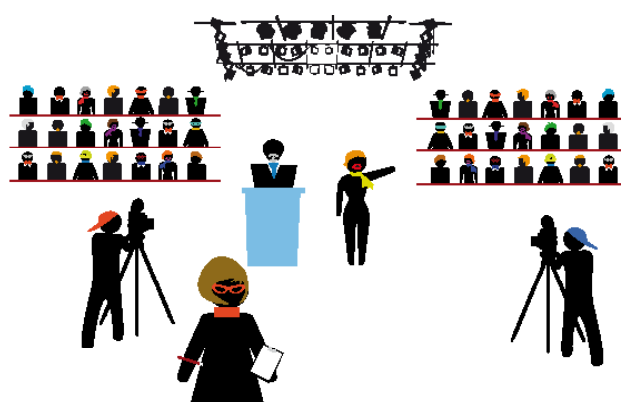




CRÉER, CONCEVOIR ET VENDRE UN
FORMAT (PROGRAMME DE FLUX)

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

ACCUEIL PUBLIC/RENSEIGNEMENTS

19 et 19 bis, rue de la Justice - 75020 PARIS

Tél. : 01 40 30 22 35

ADRESSE POSTALE

19 et 19 bis, rue de la Justice - 75020 PARIS

www.cefpf.com - info@cefpf.com



NOS ENGAGEMENTS QUALITE

Certification QUALIOPI

Le CEFPPF 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 DISENSEEES PAR DES PROFESSIONNELS ... POUR DES PROFESSIONNELS

Le CEFPPF 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 CEFPPF rendent nécessaire le respect d'une « démarche qualité », fondée sur un travail de sélection et d'orientation préalable des candidats, une coordination pédagogique des interventions, assurée par 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 CEFPPF 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.

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

ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

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'Ile de France, France Télévisions et TF1, ont depuis 2009 été rejoints par le Pôle Media Grand Paris, le CNC, Film France et la CST.

<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 OU UN HARCÈLEMENT :

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

REFERENT HARCÈLEMENT

Corinne DANGAS

corinne-g@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 CEFPP 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.

- 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 conseillé 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'élèvent 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)



CONTEXTE

QU'EST-CE QU'UN FORMAT ?

Ce sont des programmes audiovisuels dont la déclinaison peut être effective sur plusieurs épisodes, reproductible sur plusieurs saisons et s'exporter à l'étranger (moyennant une adaptation).

Par définition, le format audiovisuel doit d'une part, être en mesure d'être adapté à différents contextes culturels et d'autre part pouvoir raconter une histoire universelle que tout le monde peut s'approprier avec une plus ou moins grande liberté dans l'adaptation.

On retrouve des formats dans tous les genres audiovisuels : jeu, divertissement, documentaire, fiction ... Mais également sur tous les écrans : certains formats sont développés pour une diffusion à la télévision, d'autres pour le web.

LA FRANCE EN MANQUE DE CRÉATIVITÉ ?

« En France, les formats de flux représentent 30% du volume horaire total en 2019 et 35% du temps d'écoute (magazines, des reportages et des talk shows).

Les exportations de programmes audiovisuels français ont certes connu une hausse de 18% (soit le troisième plus haut niveau depuis 25 ans), malheureusement cette évolution est à nuancer car elle concerne surtout les séries et le secteur de l'animation. La plupart de ceux diffusés en prime time sur les chaînes françaises sont des formats étrangers.

Plusieurs facteurs sont à l'origine de ce triste constat.

En outre, la France créant peu de formats.

D'une part, on peut l'expliquer par un déficit de compétences dû au manque de formations spécifiques autour des formats audiovisuels. Développer un format est un métier relativement récent qui nécessite des compétences particulières liées à la conception d'une mécanique dans l'objectif d'optimiser sa circulation sur un marché international. Cette spécificité demande aux professionnels de s'émanciper de leur propre prisme culturel pour imaginer un concept interculturel, qui pourra plaire aux publics des différents pays qui seront susceptibles de le diffuser ».

D'autre part, contrairement aux programmes de stock comme la fiction ou le documentaire qui disposent de nombreuses aides, le programme de flux a jusque-là été écarté de la création.

Le 21 décembre 2018, un accord entre France Télévision et les syndicats audiovisuels (le SATEV, le SPECT, le SPFA, le SPI et l'USPA) a été signé garantissant aux entreprises audiovisuelles un investissement dans la création et l'exposition des œuvres dans les différentes offres notamment non-linéaires. Cet accord a eu pour but d'encourager non seulement les entreprises audiovisuelles au développement de coproductions internationales mais aussi inciter les français à développer leur propre format.

Le CEFPPF propose ce programme permettant aux producteurs d'être accompagnés pour le développement de formats inédits.

LE METIER DE DEVELOPPEUR DE FORMATS (CPNEF Audiovisuel) :

Il est chargé de concevoir ou d'adapter des formats de programmes audiovisuels, de réaliser l'argumentaire de vente, voire de produire un pilote de ces formats, de vendre ces formats aux diffuseurs et distributeurs.

Ses activités :

La conception ou l'adaptation d'un format consiste à mener une veille stratégique et commerciale, à développer un réseau national et international de professionnels du format, à élaborer ou adapter un concept, à étudier la faisabilité financière et organisationnelle du format, à encadrer l'écriture de la bible du format (le document qui décrit tout ce qui fait l'identité du format : architecture/structure, rythmes, couleurs, musiques...).

La réalisation d'un argumentaire de vente se fait sous format papier et vidéo (bande annonce audiovisuelle illustrant le projet).

La production du pilote d'un format consiste à réaliser une maquette qui illustre le format et démontre son adaptation aux lignes éditoriales des diffuseurs ciblés.

La vente de formats consiste à négocier avec les diffuseurs et distributeurs jusqu'à la conclusion de la vente, le cas échéant à appuyer la négociation menée par le producteur.

LA FORMATION

PUBLIC CONCERNÉ

Profil professionnel des stagiaires

Public mixte (auteur et intermittent) :

Auteurs – Réalisateurs de programmes de flux, Reporters images, journalistes télévisuels, Réalisateurs techniques, Chargés de développement, Assistant et Chargés de production, Directeurs de production, Conseillers de programmes, Monteurs, Chefs opérateurs, directeurs de postproduction et toute personne ayant une expérience professionnelle dans le secteur audiovisuel.

Pré-requis, expérience professionnelle

Niveau Bac+2 minimum, ou expérience professionnelle évaluée par les responsables pédagogiques du CEFPP sur présentation d'un curriculum-vitae.

Connaître le fonctionnement de la chaîne de fabrication d'un film ou d'un programme audiovisuel.

Avoir un projet ou des idées de formats à développer (pouvant être modifiés au cours de la formation).

ENJEUX :

Créer et développer un format original pour le pitcher face à des diffuseurs est un enjeu crucial pour de jeunes producteurs de flux. Cette formation tiendra compte des besoins des diffuseurs et en se confrontant à la réalité artistique et financière et économique d'une production.

OBJECTIFS DÉTAILLÉS :

- Comprendre les spécificités d'un format audiovisuel et son potentiel de déploiement à l'international.
- Acquérir les techniques de création et d'écriture d'un format original, en intégrant les attentes des diffuseurs.
- Maîtriser les outils de structuration et d'optimisation du projet en s'appuyant sur des méthodologies de conception avancées.
- Développer son argumentaire et perfectionner ses techniques de pitch, grâce à un coaching personnalisé et l'usage de l'IA.
- Préparer un dossier professionnel complet, intégrant les aspects narratifs, financiers et contractuels.
- Soutenir son projet devant un jury de professionnels, en conditions réelles de marché.

EVALUATION ET COMPETENCES ACQUISES

EVALUATION

À l'issue de la formation, les stagiaires présentent, à tour de rôle, leur format à un jury.

COMPETENCES ACQUISES

Compétences spécifiques à l'audiovisuel :

- Mener une veille en France et à l'international de l'état de l'art et de l'innovation en matière de formats audiovisuels ainsi que sur les attentes et les besoins des diffuseurs et des distributeurs de programmes audiovisuels.
- Protéger son concept en s'appuyant sur le droit d'auteur appliqué lors de la création d'un format d'émission de télévision
- Appliquer les bases techniques de l'écriture de formats de flux.
- Créer, écrire et développer un format en atelier en prenant en compte les différents écrans de réception dans un dispositif 360. - Créer un dossier de présentation.
- Présenter et vendre un format à un producteur, distributeur et directeur de programme de chaîne (ou plateforme).
- Appréhender les principes de la négociation du format en tant qu'auteur en France et à l'international.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance entre des master class, des cours théoriques et une application pratique à partir d'un projet personnalisé. La formation peut être suivie en présentiel comme à distance (au choix du stagiaire).

Les stagiaires peuvent au choix, commencer la formation avec un projet de format ou simplement une idée qu'ils développeront de A à Z au CEFPP. Il est aussi possible de travailler en binôme.

A partir de la deuxième semaine, la formatrice référente adapte son cours organisé en atelier au projet de chacun.

Lors de séances de coaching personnalisé, la formatrice référente accompagne les apprenants à se projeter d'une part dans la structure et la mécanique du format qu'ils veulent développer et d'autre part l'acquisition d'outils pour la création, écriture dont la projection 360 de leur programme en devenir.

Enfin La formatrice est chargée de suivre les stagiaires jusqu'à la présentation de leur format, à l'oral devant un Jury de professionnels.



MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

Durée totale :	144 heures, soit 18 jours
Durée hebdomadaire :	36 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
Coût par participant : (prise en charge AFDAS ou autre OPCO)	4 200,00 € HT - 5 040,00 € TTC
Date des sessions :	Du 05 decembre 2022 au 20 janvier 2023
Présence :	100% présentiel



FORMATEURS

Responsable pédagogique :	Michaël LEBLANC, responsable pédagogique au CEFPPF
Formateur référent :	Angela LORENTE, productrice et réalisatrice
Intervenants :	Tout comme les membres du jury, les intervenants sont des professionnels en activité en lien direct avec le projet des stagiaires. (directeur d'unités, chargés de développement...)



MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Supports fournis aux stagiaires :	(supports, ressources pédagogiques...) - Dossier de documentation propre à chaque intervenant.
Moyens techniques à la disposition des stagiaires :	(matériels, équipements techniques et informatiques, logiciels utilisés) - Lecteur Blu-ray - 1 ordinateur Mac OS par personne équipé du Pack office et de Photoshop. - Deux écrans – 80 et 60 pouces avec une interface Windows – sont installés dans le site Marey afin de permettre le travail de formation présentiel, mixte ou à distance - 1 salle de 100 m2 disposant des normes acoustiques professionnelles.
Nombre de stagiaires par poste de travail :	Un poste de travail Mac par personne
Modalités d'évaluation :	- 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.

CONTENU DE L'ACTION

■ SEMAINE 1

PHASE DE PRÉPARATION ET IMMERSION

■ SEMAINES 2 ET 3

**CRÉATION, ÉCRITURE, DÉVELOPPEMENT ET FINALISATION
DES CONTENUS**

SEMAINE 4

CONCEPTION DES DOSSIERS ET ENTRAÎNEMENT AU PITCH

■ SEMAINE 5

PRÉPARATION A LA PRESENTATION DES CONTENUS



ORGANISATION GENERALE :



Le contenu pédagogique est réparti sur 5 semaines



La première semaine (5 jours) :

Alternance de cours théoriques, d'exercices pratiques et de master-class.

Les stagiaires abordent les fondamentaux de la création d'un format de sorte à acquérir une vision panoramique de chaque étape, de la veille à la vente.

A l'issue de la semaine, les stagiaires ont la possibilité de développer leur projet seul ou par groupe de 2.



La deuxième et troisième semaines (5 jours) :

La première journée est consacrée à un atelier pratique dont les thèmes permettent à chaque apprenant d'avancer sur son projet.

La deuxième journée s'organise sous forme de séance de coaching individuel (ou en binôme) : la formatrice accompagne chacun à la création et au développement de son concept de son programme.



La quatrième semaine (4 jours) :

Les stagiaires finalisent le dossier de présentation de leur format et préparent leur pitch en vue de leur présentation.

Lors de cette semaine les stagiaires commencent par découvrir la méthodologie du pitch. Cet exercice ne pouvant se faire dans l'improvisation, les stagiaires se préparent rigoureusement afin d'être performant le jour J !

Rapidement, la mise en pratique commence sur leur propre projet où les stagiaires s'entraînent jusqu'à maîtriser les rouages et gagner en assurance pour présenter leur format avec plus de naturel dans l'attitude et le phrasé.

Le storytelling tient une place très importante dans la phase de présentation ; il est donc nécessaire, pour sortir du lot, d'avoir une identité forte et marquée.

Raconter une jolie histoire permet de rapidement capter l'attention de son interlocuteur. C'est pourquoi, pour pitcher comme un pro', il est nécessaire d'être en phase, en harmonie avec son auditeur.

Et tout dans l'attitude doit être cohérent : les paroles, la posture, l'intonation doivent tous exprimer la même chose, sous peine de ne pas être crédible.



La cinquième semaine (4 jours) :

Une demi-journée est consacrée à un exercice de jeu de rôle pour les préparer à présenter leur programme devant un jury composé de professionnels.

L'ancrage est une technique qui vise à conditionner le cerveau à ressentir une émotion via un geste simple. A chaque fois que ce geste sera réalisé, le cerveau déclenchera l'émotion à laquelle ce geste aura été volontairement associé. De nombreux sportifs de haut niveau utilisent cette technique pour se mettre dans un état mental favorable à la réussite

Il est recommandé de refaire cet ancrage plusieurs fois les jours suivants pour bien conditionner le mental. Lorsqu'on aura besoin de convoquer l'émotion choisie, il suffira de faire le geste en question et le cerveau générera cette émotion.

La visualisation mentale est également une technique de préparation qui influence positivement les chances de réussite. Il s'agit de visualiser les gestes dans les moindres détails, encore et encore afin de conditionner le mental et de faire en sorte que les gestes à effectuer deviennent des automatismes.

Répéter une action mentalement en imaginant la faire réellement a quasiment le même effet sur le corps et le cerveau que si l'action était réalisée en vrai.

Il ne s'agit pas seulement de penser l'action mais de la vivre pleinement, émotionnellement, sensoriellement comme si on y était. Il est important de voir les images mais aussi de ressentir dans le corps les sensations, dans le cœur les émotions, d'imaginer des odeurs, des sons, des goûts. Imaginer les émotions semble être la clé de l'efficacité de la visualisation.

Plus la visualisation est souvent répétée, plus elle donne une direction aux efforts. La visualisation est encore plus efficace quand les obstacles sont également envisagés et que des solutions, des stratégies pour surmonter ces obstacles sont visualisées. Visualiser les gestes mentaux, les stratégies pour atteindre les résultats renforce l'efficacité, plutôt que de visualiser simplement le résultat.

Une demi journée consacrée à la présentation face à des professionnels. Les stagiaires présentent à tour de rôle à l'oral le format , qu'ils ont préparé pendant la formation.

Le lendemain, pendant une journée entière, la formatrice référente rencontre les stagiaires et effectue un débriefing individuel visant à les conseiller sur leur marge de progression. Il s'agit aussi de les soutenir pour que leur programmes puissent exister directement sur une chaîne TV ou au sein d'une production.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

■ SEMAINE 1 :

PHASE DE PRÉPARATION ET IMMERSION (40 HEURES)

■ 1^{re} journée : Introduction et Exploration des Formats

Objectif Général :

Comprendre les enjeux, tendances actuelles et fondamentaux de la création de formats.

Eveiller la créativité des stagiaires en les amenant à identifier les codes des formats et à amorcer leur propre réflexion sur leur projet.

matin :

Objectifs :

- Comprendre l'écosystème des formats
- Tour de table : chaque participant partage son parcours et son projet (idée vague ou concept avancé).

Contenu :

Qu'est-ce qu'un format audiovisuel ?

Définition, typologies (divertissement, jeux, docu-réalité, fiction courte, etc.)

Les tendances du marché.

Etude des formats récents en France et l'international (cas d'étude concrets).

après-midi :

Objectif :

Comprendre ce qui fonctionne et pourquoi certains formats échouent

Contenu :

Analyse des grandes réussites et échecs de formats (exemples concrets avec vidéos).

Démystifier la création : les mécaniques incontournables d'un format à succès.

Atelier de brainstorming collectif : explorer des concepts innovants à partir de tendances actuelles.

■ 2^e journée : La Genèse du Format

Objectif général :

Formaliser l'ADN de son format audiovisuel : structuration du concept, définition des spécificités et en lui donnant une direction claire, en intégrant les fondamentaux du storytelling, les attentes du marché et les éléments différenciants d'un format réussi.

matin :

Objectif :

Définir l'essence de son format en identifiant son message, sa cible et sa mécanique principale.

Contenu :

Définir l'ADN de son format

- Quelle est l'idée centrale ?
- Quel message veut-on faire passer ?
- Quelle émotion doit susciter le programme ?
- Quel est son positionnement sur le marché (public, genre, innovation) ?

Les éléments-clés d'un format réussi

- Structure narrative : introduction, développement, climax, résolution.

- Mécanique et rythme : comment maintenir l'attention du public ?
- Interaction avec l'audience : immersion, engagement, viralité.

Exercices : analyse de bibles de formats existants

- Présentation de bibles de formats célèbres (exemples adaptés au public).
- Décryptage des stratégies narratives et des mécaniques de jeu.

Après-midi : Atelier pratique

Objectif :

Structurer son concept en appliquant une méthodologie de développement.

Contenu :

Structuration du concept (exercice guidé)

- Pourquoi ce format ?
- Pour qui ? (cible, diffuseurs potentiels)
- Quelles sont ses spécificités et son unicité ?
- Comment capter et fidéliser l'audience ?

Atelier d'écriture : Premières ébauches de fiches concept

- Rédaction d'un premier document synthétique de présentation du format.
- Mise en avant des éléments différenciants et du positionnement du projet.

Feedback collectif et ajustements

- Présentation orale des concept (pitch de 2 min) et échanges avec la formatrice.

■ 3^e journée : Construire la Structure du Format

Objectif général : Approfondir la construction du format en travaillant sur sa dynamique interne, sa mécanique et son rythme.

Matin : Développement et Structuration

Objectif :

Structurer un format audiovisuel de manière à capter et fidéliser l'audience.

Identifier les éléments-clés qui différencient un format et le rendent reconnaissable et attractif.

Contenu détaillé :

La mécanique du format : comment créer une dynamique engageante ?

- Quelles règles du jeu et quel cadre narratif ?
- Comment maintenir l'intérêt sur plusieurs épisodes/saisons ?
- L'importance de la progression et du climax narratif.

Les éléments récurrents et différenciants

- Signature visuelle et sonore : habillage, jingles, mise en scène.
- L'importance de la récurrence pour ancrer un programme dans la mémoire du public.
- Ce qui rend un format unique et adaptable à l'international.

Les règles du jeu et les "twists" (pour les jeux et divertissements)

- Création de moments de surprise et de suspense.
- Gérer l'équilibre entre prévisibilité et innovation.
- Études de cas : analyse de formats à succès avec twists impactants.

L'impact du montage et du rythme narratif

- Comment le rythme du format influence-t-il l'expérience

du spectateur ?

- Les effets de la post-production sur la narration et l'émotion.
- Exemples concrets d'émissions dont le succès repose sur le montage.

Après-midi : Atelier - Élaboration du squelette du format

Objectif :

Structurer son format sous forme de fiche concept.

Contenu détaillé :

Application des outils de storytelling

- Construire une narration immersive adaptée au format.
- Intégrer des éléments émotionnels et interactifs.
- Structurer un programme autour de ses forces distinctives.

Création d'une fiche concept détaillée

- Identification des séquences-types et des moments-clés.
- Définition du format d'épisode (durée, structure interne).
- Positionnement du programme et potentiel d'adaptation.

Présentation rapide et feedback collectif

■ 4^e journée : Viabilité et Adaptabilité du Format

Objectif Général :

Intégrer les contraintes économiques, techniques et éditoriales dans son format et en évaluer la viabilité.

Matin : Anticiper les réalités du marché

Objectif :

Comprendre les attentes des diffuseurs et les contraintes économiques pour adapter son format en conséquence.

Contenu :

Les attentes des diffuseurs et producteurs

- Quels sont les critères de sélection des chaînes et plateformes ?
- Différences entre chaînes TV, plateformes de streaming et web médias.
- Étude des grilles de programmes des diffuseurs pour identifier les opportunités.

Forces et faiblesses du projet : analyse critique

- Diagnostic du format : Qu'est-ce qui fonctionne ? Qu'est-ce qui peut poser problème ?
- Analyse des points de blocage potentiels (budgétaire, technique, narratif).
- Exercice : chaque participant identifie les faiblesses de son format et propose des solutions.

Intervention d'un expert du marché (Producteur, Responsable des achats TV, Directeur de programme...)

- Présentation du processus d'achat d'un format : critères de sélection, négociation, adaptation.
- Retours sur les tendances actuelles et conseils pour créer un format attractif.

Après-midi : Atelier - Retravailler son concept

Objectif :

Optimiser son format pour la diffusion et la vente.

Contenu détaillé :

Travail individuel sur l'optimisation du format

Chaque participant retravaille son concept en simplifiant les mécanismes, réduction des coûts de production, proposition d'un angle plus vendeur.

Pitch express et retours

- Présentation en 1 minute du format revu et corrigé.
- Feedback rapide du formateur et des autres participants.
- Discussion sur les axes d'amélioration et conseils pour mieux vendre le format.

Finalisation de la fiche concept avant le passage au développement avancé

- Synthèse du projet avec intégration des modifications.
- Définition des prochaines étapes pour la phase de coaching de la semaine suivante.

■ 5^e journée : Pitch Test et Feuille de Route

Objectif général :

Prise de parole en public : structurer son argumentaire et de s'entraîner à pitcher son concept de manière convaincante. Cette journée sert de transition entre la phase de conception et le développement avancé du projet.

matin : Introduction au Pitch et Techniques de Persuasion

Comprendre les fondamentaux du pitch et apprendre à structurer un argumentaire percutant. S'initier aux techniques de persuasion pour captiver et convaincre un auditoire.

Qu'est-ce qu'un pitch réussi ?

- Définition et objectifs du pitch.
- Différences entre pitch court (elevator pitch) et présentation détaillée.
- Exemples de pitches marquants issus du secteur audiovisuel.

Les fondamentaux de la persuasion orale

- L'art de raconter une histoire : le storytelling appliqué au pitch.
- Gérer sa posture, son regard et sa voix pour gagner en impact.
- Comment s'adapter à son interlocuteur : producteur, diffuseur, distributeur.

Les 10 commandements du pitch efficace

- Être clair et concis.
- Mettre en avant un élément différenciant fort.

Après-midi : Ateliers de Pitch et Feedback Collectif

Mettre en pratique les techniques vues le matin en réalisant un premier pitch test. Recevoir un feedback constructif et établir un plan d'amélioration pour la suite du parcours.

Contenu :

Atelier de rédaction : Structurer son pitch en 1 minute

- Accroche : Pourquoi ce format est unique ?
- Développement : Quelle est la mécanique principale ?
- Conclusion : Quel est l'élément qui donne envie d'acheter/diffuser ce format ?

Exercice de mise en situation : Simulation de pitch express

- Chaque participant présente son pitch en 60 secondes devant le groupe.
- Retours et conseils du formateur : clarté, énergie, conviction.
- Travail sur la gestion du stress et la fluidité du discours.

Définition de la feuille de route individuelle

- Ajustements nécessaires sur le concept, l'argumentaire et la posture.
- Points à retravailler pour le coaching de la semaine suivante.
- Fixation d'objectifs personnalisés pour améliorer son pitch.

■ SEMAINES 2 ET 3

OBJECTIF :

chaque participant bénéficie d'un accompagnement sur-mesure adapté à son projet et à ses besoins. Le soutien de la formatrice référente vise à faire évoluer le format en profondeur en travaillant sur sa mécanique, son univers et ses aspects différenciants.

Chaque participant repart avec un projet structuré, adapté au marché et prêt à être présenté en semaine 4.

■ SEMAINE 2 CONSOLIDATION DU CONCEPT ET DÉVELOPPEMENT NARRATIF

■ **1^{re} journée** : Structuration et mécanique avancée du format

Objectif :

Finaliser la structuration du format et s'assurer de la cohérence de sa mécanique, en optimisant le déroulé narratif et les séquences clés

Contenu :

Présentation du projet devant le formateur pour une analyse approfondie.

Identification des points forts et des éléments à ajuster.

Développement narratif et structure avancée

- Définition des règles précises du format.
- Travail sur le rythme de l'émission, la progression dramatique et les moments forts.
- Élaboration du déroulé d'un épisode type.

Atelier : consolidation du format

- Structuration des séquences clés du programme.
- Réajustements pour renforcer l'impact et l'engagement du spectateur.
- Réflexion sur l'optimisation de la mécanique pour maximiser l'adaptabilité et la récurrence du format.

■ **2^e journée** : Positionnement et différenciation sur le marché

Objectif :

S'assurer que le format possède une identité claire et se démarque des autres programmes existants

Contenu :

Positionnement éditorial et marché cible

- Identifier les chaînes TV, plateformes et marchés potentiels.
- Adapter le format aux tendances actuelles et attentes des diffuseurs.
- Comparer le projet aux formats existants et analyser ce

qui le différencie.

Atelier de différenciation

- Travail sur l'identité visuelle et sonore du programme.
- Définition des éléments signatures du format.
- Réajustement du concept pour accroître son attractivité.

Exercice de reformulation du pitch en une phrase impactante

- Synthèse du format en une phrase percutante.
- Travail sur l'impact et la clarté du message.
- Retours et ajustements.

■ SEMAINE 3 : RÉDACTION DU DOSSIER ET PERFECTIONNEMENT DU PITCH

■ **1^{re} journée** : Structuration du dossier de présentation

Objectif :

Créer un dossier de présentation professionnel, structuré et convaincant pour faciliter la vente du format.

Contenu :

Présentation des éléments essentiels d'un dossier

- Concept et synopsis détaillé.
- Déroulé et structure des épisodes.
- Mécanique et différenciation du format.
- Univers graphique et sonore.

Atelier de rédaction et création visuelle

- Introduction aux outils de présentation (Canva, PowerPoint, etc.).
- Création des premiers visuels pour donner une identité graphique au projet.
- Travail individuel avec suivi du formateur.

Validation intermédiaire avec feedback du formateur

Chaque participant présente l'avancement de son dossier et reçoit des conseils de structuration.

■ **2^e journée** : Coaching Pitch et Entraînement à la Présentation

Objectif :

Perfectionner la prise de parole et structurer un pitch efficace en préparation de la soutenance finale en semaine 4.

Contenu :

Techniques avancées du pitch audiovisuel

- Comment capter l'attention d'un producteur/diffuseur en quelques minutes.
- Adapter son discours en fonction de son interlocuteur.
- Travail sur la gestuelle et la gestion du stress.

Session de pitch inversé

- Analyse de pitches fictifs en jouant le rôle des décideurs.
- Apprentissage des attentes des professionnels et des erreurs à éviter.

Entraînement intensif au pitch

- Présentation de 2 minutes devant le formateur et le groupe.
- Retours détaillés et ajustements pour optimiser l'argumentaire et la posture.
- Finalisation du pitch avant la rencontre avec des

experts en semaine 4.

■ SEMAINE 4 :

■ **1^{re} journée** : Affinage du Pitch et Préparation Finale du Dossier

Objectif :

Finaliser le pitch et le dossier de présentation en intégrant les derniers ajustements pour assurer une présentation efficace et percutante.

Contenu :

Session de coaching sur le pitch : perfectionnement et impact

- Reprise des techniques du pitch vues en Semaine 3.
- Affiner son storytelling pour une présentation fluide et captivante.
- Travail sur la gestion du stress, la posture et la gestuelle.

Finalisation du dossier de présentation

- Derniers ajustements sur le contenu et la mise en page.
- Ajout d'éléments graphiques et visuels pour rendre le document plus attractif.
- Validation finale avec le formateur.

Jour 2 - Entraînement à la Soutenance avec un Jury Intermédiaire

Objectif :

S'entraîner à pitcher son format devant un jury intermédiaire pour obtenir des retours concrets et ajuster la présentation en conséquence.

Contenu détaillé :

Simulation de soutenance face à un premier jury

- Chaque participant passe une simulation complète de présentation.
- Pitch de 5 minutes, suivi d'une session de questions-réponses.
- Retours du jury et conseils pour améliorer la prestation finale.

Atelier de correction et ajustements

- Intégration des retours du jury dans le pitch et le dossier.
- Amélioration de la clarté et de la persuasion dans le discours.
- Travail sur la gestion du temps de parole et des réactions aux objections.

■ **3^e journée** : Rencontre avec des Experts et Masterclass Spéciale

Objectif : Recevoir un retour professionnel sur le format et comprendre les attentes réelles des décideurs du secteur.

Contenu :

Intervention d'un expert du marché (producteur, diffuseur, acheteur TV, consultant format)

- Présentation des attentes des acheteurs et diffuseurs.
- Explication des critères de sélection des formats.
- Conseils pour améliorer son projet en vue d'une commercialisation.

Échanges et networking avec les experts

- Opportunité pour les participants de poser des questions sur leur format.
- Discussions sur les stratégies de vente et de distribution.
- Possibilité d'établir des premiers contacts professionnels.

■ **4^e journée** : Soutenance Finale et Validation du Projet

Objectif : Présenter son format de manière formelle devant un jury composé de professionnels et valider les acquis de la formation.

Contenu :

Présentation pendant 5 min des contenus face à un jury composé de professionnels en activité :

- 1 Directeur des programmes d'une plateforme.
 - 1 Directeur des programmes d'une chaîne nationale.
 - 2 Directeurs des programmes d'une société de production.
- Le jury est choisi en fonction des projets des apprenants.

Chaque stagiaire (ou binôme) présente son projet face au jury qui fait un retour "à chaud".

L'étape du pitch est une prise de parole déterminante pour le succès de son projet, de son format. En quelques minutes, les stagiaires doivent être en mesure d'exposer clairement et simplement leur programme en dévoilant leur vision et leur objectif.

Session de questions-réponses pour tester la solidité du projet.

Retours immédiats du jury et évaluation de la pertinence du projet.

■ **5^e journée** :

Bilan de la formation :

La formatrice référente effectue un débriefing individuel visant à conseiller les stagiaires sur leur marge de progression et s'attarde sur chaque projet pour lui permettre d'aboutir.

Débriefing individuel avec la formatrice référente

- Analyse des points forts et axes d'amélioration identifiés lors de la soutenance finale.
- Retour sur l'évolution du projet depuis la première semaine.
- Discussion sur les potentiels développements et pistes d'amélioration.

Fixation d'objectifs et stratégie de mise en marché

- Définition d'un plan d'action personnalisé pour les prochaines étapes.
- Conseils sur les démarches pour vendre son format (contacts, festivals, marchés professionnels).
- Exploration des possibilités d'adaptation ou d'évolution du format.

Session de partage et retour collectif sur l'expérience

Les participants échangent sur leurs apprentissages clés et ce qu'ils retiennent de la formation.

- Discussions sur les opportunités et

collaborations potentielles entre participants.



C.G.V. CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

I . INSCRIPTION

Toute personne souhaitant suivre l'un des programmes du CEFPPF 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 CEFPPF 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 CEFPPF 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 CEFPPF. 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 CEFPPF 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 CEFPPF se réserve le droit de changer de formateur ou de reporter l'intervention à une date ultérieure pendant la durée du stage, en cas d'indisponibilité de dernière minute de l'intervenant initialement prévu.

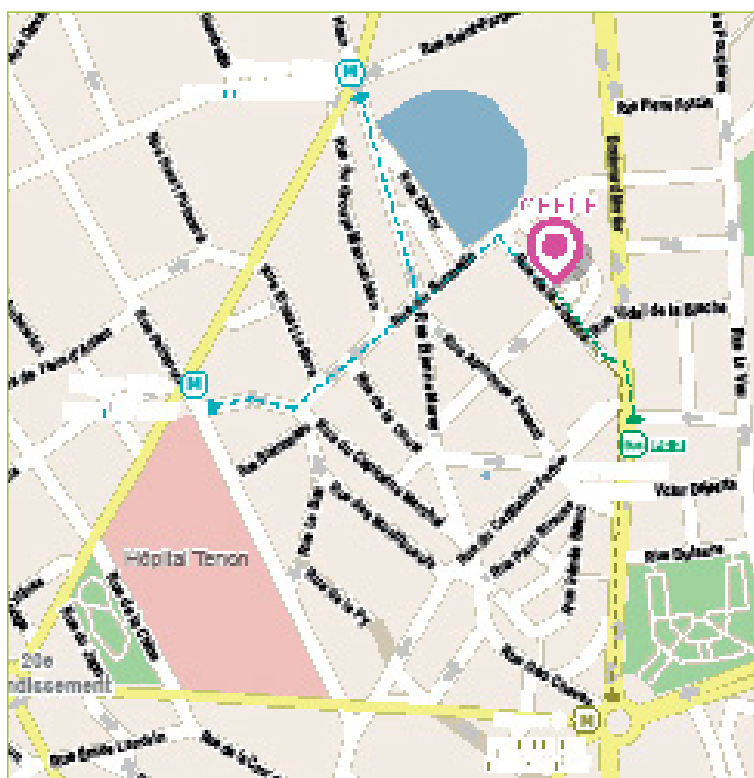


www.cefpf.com

Centre Européen de Formation à la Production de Films



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 du 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.

