

# LES CONSEILS DES ACCROCHEURS

*Comptes rendus des Petits Déjeuners et Goûters de L'Accroche Scénaristes*

## 2 - PRODUCTEUR



- Crédit photo : Élisabeth Rull -

*Étaient présents cette fois là - 26/05/2018 - :*

*Benoît Conin, Guillaume Couturier, Colin Cressent, Fannie Dieterlen, Lucie Kazarjian, Angela Lanteri, Jean-Luc Le Carpentier, James Nowlan, Pierre Peulet, Jean-Christophe Sandt, Yannick R, Isabelle Venisse, Damien Vildrac (Aquarium Ciné Café), Nadir Yacine....et Emma Degoutte et Renaud Sarrasin. Et Fanny Attanasio par écrit avec son retour d'expérience des Rencontres auteurs-producteurs à Clermont Ferrand.*

## SOMMAIRE

<b>1. Introduction</b>	<b>3</b>
<b>2. Savoir bien se préparer</b> <i>(protéger son œuvre, à quelle étape démarcher)</i>	<b>4 - 6</b>
<b>3. Comment trouver, comment démarcher un producteur ?</b> <i>(réseaux, outils, ciblage)</i>	<b>7 - 9</b>
<b>4. Se lancer</b> <i>(démarchage, rencontre, contrat)</i>	<b>10 - 16</b>
<b>5. Conclusion</b>	<b>16</b>
<b>6. Liens utiles</b> <i>(pour retrouver tous les liens des références citées dans les chapitres)</i>	<b>17 - 18</b>

## 1. Introduction

*Que faire avant de contacter les sociétés de productions ?*

*Comment trouver des idées de producteurs/sociétés de production ?*

*Et comment cibler le bon producteur ?*

Se poser la question du démarchage de producteurs c'est aussi cerner l'importance de bien être prêt, c'est à dire :

=> avoir une version qu'on considère «aboutie» (entre guillemets car souvent il y a plusieurs réécritures à envisager pour la suite) et solide.

=> qu'on connaît bien, autant dans son fond, sa forme et ses intentions.

=> et dont on maîtrise le pitch.

*Pour avoir une première connaissance de la réception de son projet, les relectures de l'Accroche Scénaristes peuvent être un bon outil. Pour se former au pitch : nous rappelons que les Rencontres de Scénaristes invitent les accrocheurs à pitcher leur projet sur l'estrade de l'Aquarium, tous les deux mois un vendredi soir : un vrai moment de partage, très enrichissant !*

## 2. Savoir bien se préparer

### a) Protéger son œuvre : pourquoi et comment ?

Ayant envie de se faire produire, impossible de ne livrer qu'à demi mot son projet pour convaincre et donner envie à un producteur (et tout autre membre de l'équipe du film) de nous suivre... Pourtant la peur de se faire copier peut exister. Alors une solution existe pour nous rendre à l'aise avec le fait de parler de notre projet à toutes les personnes qui peuvent nous intéresser : le protéger dans une des structures de dépôt et de protection du droit d'auteur. C'est super simple, ultra numérique => les (e-)dépôts d'œuvres de fiction existent :

- à la **SACD** (pour une durée de 5 ans à 20€, renouvelable, pour 10€)
- à la **SNAC** (37€, pour 5 ans).

Pour les documentaires, il est possible de déposer son œuvre à la **SCAM** (pour 3 ans, à 18€) sans en être des adhérents.

Rappelons-nous toutefois ces quelques conditions : Revendiquer une œuvre, c'est être en mesure de prouver sa paternité et la date de création de l'œuvre. Une œuvre n'étant pas une idée, ni un concept mais :

- une création de forme : au moins un synopsis, une pré-bible... Il faut aller au-delà du concept ou de l'idée : l'œuvre doit prendre forme, être formulée, rédigée. Un récit doit apparaître. Souvent, il s'agit d'une des premières versions du script.
- une originalité absolue (œuvre qui n'existe pas) ou relative (ex : adaptation).

NB : En France, hormis pour la SCAM (qui accepte une personne morale), l'auteur doit être une personne physique.

b) Selon le format de mon projet : à quelle étape d'écriture est-ce plus judicieux de démarcher ?

Le plus important : être à l'étape où nous sommes le plus à l'aise pour parler du projet.

En court métrage : le plus répandu (et attendu) c'est le script entier. Plus ponctuellement, le synopsis. Souvent, les auteurs n'hésitent pas à accompagner ce script d'un mini dossier incluant une page d'intentions et quelques éléments visuels dits "mood board", pour dessiner l'humeur esthétique du film, aider à la projection sans trop borner l'imagination du producteur chez qui on veut déclencher l'envie de nous produire.

En long métrage : il semble y avoir deux écoles.

- Une première préfère faire découvrir le projet via une première version dialoguée. Pour les auteurs émergents, cela peut répondre à une attente d'un producteur qui veut nous tester : voir comment on peut gérer l'écriture des dialogues, le rythme du film, maîtriser sa tonalité...

Les inconvénients : cela demande un temps d'écriture certain qui aurait pu être défendu contre une rémunération du producteur (Reste alors à bien faire valoir ce travail et à d'autant mieux défendre la rémunération pour les prochaines versions à entreprendre) ; cela peut aussi donner le sentiment au producteur d'aller trop vite en besogne (le synopsis est-il déjà assez solide avant de se lancer sur la continuité dialoguée ?).

- La seconde école préfère faire lire un synopsis, voire un traitement, en privilégiant les intentions et la présentation des

personnages : de là, la conversation peut s'engager et plus loin, idéalement, l'envie de collaboration...

En série : le travail d'écriture est encore plus étendu. Il est alors plus judicieux de travailler solidement les bases de son concept, les premières trajectoires de son arche/ses arches et la caractérisation et les enjeux des personnages sous forme de pré-bible pour ensuite défendre son projet auprès d'un producteur.

En animation : Que ce soit en long ou en court, l'apport visuel est nettement plus attendu, forcément. Il s'agit à importance égale, de défendre son identité d'auteur(s) aussi bien à travers son écriture que ses visuels.

En documentaire : Même si les structures de financements exigent de plus en plus l'écriture des projets documentaires (un synopsis, voire un traitement), ce sont les intentions qui prévalent toujours fortement dans un premier contact avec un producteur.

Dans tous les cas : Ne jamais oublier de se relire ou de se faire relire. Les fautes d'orthographe portent un sévère coup sur le plaisir de lecture et donc d'immersion du producteur. Ne pas oublier non plus ses coordonnées, à laisser toujours présentes sur les documents transmis.

### 3. Comment trouver, comment démarcher un producteur ?

#### a) S'appuyer sur quel réseau, quels outils ?

NB : Derrière le mot "producteur" se trouve une grande diversité de personnalités, souvent loin des mythes qu'on colle derrière cette profession (le gros poisson qui mange les plus petits). Un producteur est avant tout un collaborateur. Sa mission est celle de monter des financements et d'aller en chercher auprès des différents guichets disponibles pour faire exister le film. Un auteur doit se considérer à son égal : il lui apporte le scénario pour demander ces financements ; ils sont complémentaires. D'où l'importance essentielle de trouver le bon producteur : celui qui correspond le mieux à notre vision du projet, dans son écriture et sa production.

Des producteurs exercent partout en France.

*Et si une majorité semble exercer à la capitale, reste que notre région (Auvergne-Rhône-Alpes) est aussi pleine de ressources :*

- À **Lyon** (en date de mai 2018) : *Origine Films, Cocottes minutes productions, Parmi les Lucioles, Prod 8, Plus de prod, ARTS Films, 2017 Films, Compose It Art/Prod, D'boites production, Gebeka Films, JPL Productions, Fauns (pour ne citer qu'eux)...*
- À **Valence** : *Team To, Foliascope, Folimage (animation), Les Contes Modernes, Fargo, Citron Bien, Les Films du Nord, Melsoprod, Miyu Productions (pour ne citer qu'eux)...*

*Les grands festivals comme [Valence Scénario \(MIIE, ou espaces bleus\)](#) et [Clermont Ferrand \(Marché du film\)](#) sont de bons supports pour avoir une meilleure connaissance des producteurs travaillant en région. Mais n'oublions pas non plus les festivals et événements plus locaux, que [Villeurbanne](#), [la Fête du Court Métrage \(les Rencontres Pro\)](#) ou encore [l'Aquarium Ciné Café](#) font découvrir à tous. Les catalogues ou compte rendus qui sont parfois édités peuvent être de très bons outils pour ouvrir notre connaissances des personnalités incarnant la profession.*

Autre outil malin : la [scénariothèque du CNC](#), en accès libre, qui permet à la fois de se rendre compte de l'allure des scripts et dossiers soumis et financés mais aussi de mieux cerner la ligne éditoriale des producteurs : quels genre de projets accompagnent-ils ? Quelle écriture semble leur plaire ?

Chez soi, certaines chaînes TV (et replay) permettent de voir des courts métrages : Arte (Court Circuit), France 2 (Histoires courtes)... Souvent, un film qui vous a plu peut être une porte d'entrée pour découvrir une société de production ou des collaborateurs possibles. Idem pour les sites des festivals ou encore d'[Unifrance](#) : en retrouvant un film qui a pu nous plaire et en distinguant la société de production qui l'a produit... Par ce travail de veille et de repérage c'est aussi un travail de ciblage essentiel qui prend forme : afin de viser au plus juste dans notre recherche de producteur.



## b) Savoir cibler avant le démarchage : pourquoi et comment ?

Il s'agit de cerner la ligne éditoriale d'une société de production : comme pour une revue, une chaîne TV, une radio, ou une galerie d'art, une société de production est incarnée par des femmes et des hommes qui ont une certaine vision du cinéma et une idée précise de ce qu'ils veulent défendre et produire. Prendre connaissance de cette ligne éditoriale c'est dépenser notre énergie de la manière la plus intelligente dans notre phase de démarchage. Rien ne sert de démarcher tout le monde.

Plus loin, ce travail permet aussi de nourrir notre argumentaire en étant le plus pertinent dans notre prise de contact avec le producteur ciblé (on a vu ce qu'il a fait, on a pu aimer en particulier l'une de ses productions... autant de points de départ pour un échange plus humain, marquant et intéressant). En regardant ses productions (vive **les génériques de films** !), on peut aussi avoir une idée de la façon dont il peut s'investir dans la production de ses films : fréquence des films en festivals ? Quelles sortes de financements ? Une volonté de production indépendante ou non ? Quels parcours de production privilégiés ? Autant de réponses qui peuvent nourrir notre envie de le contacter.

Enfin d'autres critères peuvent avoir leurs importances : la formation du producteur, son lieu d'activité (travailler à distance n'est pas toujours chose aisée !), l'équipe qui peut l'entourer...

## 4. Se lancer

### a) Quelles méthodes de démarchage ?

Le plus fréquent ce sont les mails. Mais attention : ne jamais mettre tous les producteurs espérés dans le même mail, en copie. C'est, vous le pensez bien, assez mal vu.

Il n'existe pas vraiment de règle, si ce n'est de personnaliser son mail : il faut montrer que ce producteur est un choix précis, que notre prise de contact est issue d'un ciblage parfaitement défendable. Toutefois, malgré toute la volonté du monde, il n'est pas rare de ne recevoir que peu, voire pas du tout, d'accusé de réception. La relance est donc souvent une étape à entreprendre, toujours en veillant à créer le plus possible un dialogue sur mesure.

Sachons aussi voir en une réponse négative, un apport constructif : est-ce que cette réponse est accompagnée de raisons précises ? Si non, ne pas hésiter à demander : pourquoi le projet n'a pas plu ? Quelles ont pu être les faiblesses trouvées au projet ?

Obtenir des précisions sur le refus permet de gagner en connaissance sur son projet : manque-t-il de clarté ? Les faiblesses éprouvées sont-elles objectivement existantes ? Est-ce que mes intentions sont en cohérence avec le fond actuel du projet ou un décalage est-il en effet perceptible ? Pourquoi ? Qu'est-ce qui, entre les intentions ou le fond du projet, a pu évoluer, ne plus être d'actualité ?

Enfin, ces précisions sont aussi l'occasion de creuser cet échange qui prend forme malgré une réponse négative : parfois, une entente peut quand même apparaître, promettant, qui sait, de se recroiser sur un autre projet ou d'ouvrir sur des

suggestions d'autres producteurs... L'apport humain reste toujours à prendre en compte, même quand un producteur nous répond non.

Reste qu'une rencontre physique est toujours recommandée : rien de mieux que ce cadre pour sentir si un vrai courant passe entre le producteur, nous et le projet.

#### b) L'importance de la rencontre pour préciser son choix

C'est souvent la seconde étape après la première prise de contact et la lecture du projet par le producteur. Cette rencontre se fait parfois pour préciser une envie de produire, parfois aussi pour être testé (et dans tous les sens !).

Souvent, c'est la première occasion où le producteur va donner des retours précis sur le script. Il faut savoir les entendre, ne pas être buté et tourner cela à un échange constructif, même si on peut être en désaccord. Cela nécessite de bien défendre son projet et de savoir (s') écouter.

Comment se préparer au mieux pour aborder cette rencontre ? Il faut se sentir légitime pour être à l'aise : c'est votre projet, vous êtes la seule bonne personne pour en parler. Pour s'aider, il est bon de travailler sur la matière essentielle en amont de cet échange : les choses à absolument dire sur les personnages, sur la structure... tout en étant capable de gérer les interruptions, les questions spontanées, les nœuds de compréhension.

Comment ensuite tirer un maximum de choses de cette rencontre ? Il faut écouter ce qui se dit sur le projet et voir si une

affinité est vraiment possible. Est-ce que le producteur parle du projet ? Est-ce qu'on sent qu'il veut se battre pour obtenir tous les financements possibles ? Est-ce qu'il a ciblé des faiblesses ? Lesquelles ? Nous apparaissent-elles pertinentes ? Et alors s'il fait des suggestions, prennent-elles la même trajectoire que celle que nous projetons pour le film ? Le ton est-il le même ? Sa vision trouve-t-elle résonance avec la nôtre ?

Il peut aussi arriver, dès cette rencontre, que la méthode de travail soit abordée. Même s'il ne s'agit que d'en parler, l'occasion peut être bonne pour approfondir notre réflexion : quelles attentes porte-t-il sur le travail d'un scénariste ? Est-il bien organisé ? Attend-il une même organisation de ma part ? Préfère-t-il des rendez-vous réguliers ? Ou travaille-t-il plutôt à distance, par mail, téléphone ? Est-il du matin ? Du soir ? Du week-end ? Et nous ? Etc...

Sans contrat signé, tout est encore possible, négociable, discutable. Autant en parler, simplement, de la manière la plus transparente : préciser nos habitudes de travail, notre rigueur ou notre légère tendance à procrastiner, notre besoin d'avoir des dead-lines pour avancer ou notre indépendance et notre autonomie.... Avec cette même logique, ne pas hésiter à préciser nos contraintes : beaucoup de scénaristes ne vivent pas (seulement) de ce métier, il est même rare d'avoir une disponibilité toute dédiée pour écrire un seul projet !

Ces questions abordées, la rencontre dessine peu à peu un début de réponse qui donne à voir si les personnalités sont compatibles avant de passer à d'autres étapes de collaboration dont, peut-être, la signature d'une option ou d'un contrat de cession de droits.

Cas particulier : la rencontre directe (cas de pitch dating et de rencontres producteurs)

Cela se présente surtout dans le cadre de festivals et suite à une sélection de projets. C'est le cas pour **Valence Scénario**, pour

l'espace kiosque d'Aubagne et pour les rencontres auteurs-producteurs organisées par l'Accroche Scénariste ou encore lors du festival de Clermont Ferrand (par la Maison des Scénaristes).

Dans ce cas un peu particulier, le ciblage n'a pas toujours été fait et en même temps que l'on doit pitcher notre projet, nous devons aussi déterminer si la personne face à nous peut correspondre. Comment alors s'y préparer au mieux ? En se rodant plusieurs fois sur le pitch de son film et en gérant le temps limité de la rencontre (en moyenne 10 à 15 min). Être solide lors de ce "pitch dating", c'est aussi savoir reconnaître les fragilités encore présentes au projet lorsque le producteur peut les soulever (c'est courant !) et montrer qu'on les a aussi ciblées et qu'on réfléchit déjà à quelques pistes de résolutions.... de quoi montrer notre capacité de jugement et de rebond. Ne pas hésiter non plus à se renseigner sur l'actualité parfois liée au script ou à son sujet, et de connaître quelques références que l'on peut anticiper en amont de la rencontre. Et surtout se dire que rien ne sert de vouloir plaire à tout le monde, qu'il vaut mieux rester fidèle à soi-même et au projet et voir si un feeling particulier ressort au fil des rencontres.

A noter que souvent l'excitation est de mise sur le moment. Mais il est toujours bon de laisser retomber le soufflé, une fois le festival terminé : après les émotions, le retour de la raison permet souvent de mieux juger des rencontres faites. Il n'est pas rare qu'alors les envois concrets de scénarios à des producteurs deviennent moins nombreux que prévus, mais plus assurés : on sait pour qui on envoie, et de qui on attend une réponse. Un écrémage nécessaire, normal : il survient autant chez le scénariste que chez les producteurs. Et puis ensuite, savoir tout aussi bien s'écouter pour les étapes suivantes : choisir qui revoir, déterminer celui avec lequel on a envie de mener son projet et le lui faire savoir... avant de lancer véritablement la collaboration.

Pourquoi ce feeling est-il si important ? Car lancer la production d'un projet prend du temps (rien que pour un court métrage, le porter jusqu'à la diffusion met en moyenne 2/3 ans !), et ce parcours est rarement fluide et facile. Des embûches seront à prévoir, qu'elles soient de l'ordre de l'écriture, de la production, de la réalisation ou de la post production. En trouvant donc un interlocuteur qui nous correspond et en posant des bases transparentes à la collaboration à venir, on dessine déjà un rapport plus sain et simple pour cette aventure en devenir face à des imprévus ou des refus pas toujours évidents à encaisser.

### c) La proposition d'un contrat

NB: Cela reste assez rare qu'un contrat soit très vite proposé à la suite de premières rencontres avec un producteur. En général, surtout pour les scénaristes émergents, une première période de réécriture non contractuelle peut être demandée par le producteur afin de tester notre travail, notre capacité de rebond... cela peut être constructif, comme un avant goût de la collaboration en devenir, qu'il est possible de rectifier, enrichir, ou de décliner. Mais l'auteur doit rester lucide et définir le seuil de tolérance (quantité et durée) qu'il peut porter sur ce cadre de travail informel. Et relancer quand il le souhaite la question d'un contrat de cession ou du moins d'option.

Deux types de contrats existent en France. Il est essentiel de ne rien signer à la hâte :

- **Le contrat d'option** : c'est un contrat de blocage de droits entre 12, 18 et 24 mois... en quelque sorte des fiançailles : sur ce temps donné, le scénariste s'engage à ne pas démarcher un autre producteur, et le producteur s'engage à

entreprendre le maximum de démarches pour lancer la production du film (recherches de financements). Il est possible d'obtenir une contrepartie financière à la signature d'un contrat d'option. Dans les faits, il n'est cependant pas rare qu'elle soit maigre, voire inexistante pour un court métrage... Reste qu'il est conseillé de bien penser les conditions de l'option : la durée de l'engagement (pas trop longue, car si la collaboration se passe mal, vous ne pourrez démarcher une autre production avant la fin), les conditions de cet engagement, et les attentes des deux parties... Définir ensemble la stratégie de recherche de financements est possible, tout autant que le travail de réécriture qui ponctue cette période d'engagement (préparation, mise à jour et personnalisation des dossiers de dépôts d'aides financières, par exemple).

- **Le contrat de cession de droits d'auteurs** : le mariage. Ce contrat officialise la production de notre projet : il est beaucoup plus riche que le contrat d'option parce que l'engagement est nettement plus conséquent : en terme de durée (d'une dizaine à une trentaine d'années), de cession de droits (et de désignation de ces droits) et de rémunérations... Le préambule de ce contrat peut s'avérer très utile : définir d'un commun accord l'état actuel du projet et les conditions de rencontre et d'envie d'établir ce contrat, reconnaître le travail déjà engagé avant signature, et les objectifs visés pour la production... Tous les auteurs d'un film sont concernés (auteur réalisateur, auteur scénariste, compositeur...) mais à chacun son propre contrat.

Important : ces documents ne sont pas toujours faciles à analyser avant signature. Aussi, des interlocuteurs peuvent nous aider : le site de la **SACD** met à disposition des modèles de contrats types et les fourchettes de rémunérations des années précédentes référencées, pour comparer. Il est aussi possible d'obtenir l'analyse sur mesure d'un contrat par **le juriste**

Nathan Zana (*infos en date de mai 2018*). Une aide humaine à qui vous pouvez poser toutes vos questions et qui saura jauger la pertinence du contrat sur la base des usages et des accords collectifs constatés à la SACD. Il veillera aussi sur les droits cédés et les étendues parfois trop gourmandes des cessions de droits suggérées par certains producteurs.

## 5. Conclusion

Le démarchage de producteur reste un exercice difficile mais il est possible de le rendre moins gourmand en énergie et en temps : en gérant bien sa préparation (projet relu, protégé et que l'on sait pitcher), en se débarrassant de quelques préjugés sur les producteurs (en réalité une infinité de personnalités dont on ciblera les plus intéressants sur des critères essentiels : ligne éditoriale, vision défendue, méthode de travail, lieu de travail...), en prenant connaissance des nombreuses portes d'entrées pour les contacter et en les maîtrisant (gérer les émotions à chaud des rencontres directes, personnaliser ses mails, cibler les événements les plus intéressants autour de soi, guetter les catalogues...). Et aussi se dire qu'un refus n'est pas forcément un échec : connaître ces canaux, les expérimenter, c'est se former, aiguïser le sens avec lequel on parle de soi, de son/ses projet/s et avec lequel on s'ouvre à la rencontre d'interlocuteurs capables de donner une nouvelle mesure au projet... Enfin, confier la production de son projet à un producteur, c'est rentrer dans une nouvelle dynamique, celle de la collaboration. Reste alors aussi à bien savoir (s') écouter...

Pour compléter cette discussion, un podcast très intéressant donne la parole côté producteurs : le [podcast n°8](#) de Mathieu et Hadrien sur leur site «Y a plus de papier»



## LIENS UTILES

*Non exhaustif ! Pour d'autres liens et mises à jour, suivre les espaces [Ressources](#) et [Liens & Documentation](#) du site de L'Accroche Scénaristes*

### Liens pour protéger une œuvre (e-dépôt) :

- [SACD](#) (fiction)
- [SNAC](#) (fiction)
- [SCAM](#) (documentaire)
- [Service juridique](#)/analyse de contrat (*Pôle Auteurs SACD*)
- [Les contrats](#) (modèles et accords collectifs)

### Cibler le bon producteur : faire du repérage

\*Les lieux et événements à suivre (et, parfois, les catalogues à consulter)

- [Aquarium Ciné Café](#) (Lyon)
- [Kino Lyon](#) (Lyon)
- [Fête du court métrage](#) (À Lyon, les rencontres professionnelles par *Entre Les Mailles*)
- [Festival de Villeurbanne](#)
- [Festival de Vaulx en Velin](#)
- [Ciné court animé](#) Roanne (animation)

- [Annecy](#) (MIFA, animation)
- [Festival des Scénaristes de Valence](#)
- [Festival de courts métrages de Clermont Ferrand](#)
- [Films court en plein air de Grenoble](#)
- [Festival d'Aubagne](#) (Espace Kiosque)
- [Festival Série séries](#) (Fontainebleau)
- [Festival Séries Mania](#) (Lille)
- [Festival Fiction Tv](#) de la Rochelle
- [Les étoiles de la Scam](#) (documentaire)...

\* les sites à consulter et espaces de diffusion

- [La Maison des scénaristes](#) (et sa plateforme d'appel à projets)
- [La Scénariothèque du Cnc](#)
- [Unifrance](#)
- [Court circuit](#) (Arte)
- [Histoires Courtes](#) (France 2)
- [L'Accroche Scénaristes !](#)
- Les super podcast d'Hadrien et Mathieu sur "[Y a plus de papier](#)"