

PRODUCTION AUDIOVISUELLE



Tous droits réservés - Crédit photo © Frank Boucher

Code NAF2008.rév2
5911A - 5911B
5912Z
et divers

Principaux codes NAF

La concrétisation d'un film, d'un documentaire, d'un court-métrage ou d'une fiction, est le résultat d'une triple recherche : une idée originale, un réalisateur (ce peut-être l'auteur lui-même) et un producteur qui va positionner le projet auprès d'un diffuseur.

Elle a été bouleversée ces dernières années par les technologies audiovisuelles auxquelles les professionnels ont un accès plus facile et plus rapide aujourd'hui. Internet, le numérique, les images de synthèse et la téléphonie 3G ont bouleversé l'approche audiovisuelle des entreprises et l'animation télévisée. La crise de 2008 n'a pas épargné ce secteur.

activités du secteur

► Définition

Il s'agit de production de films qui ne sont pas destinés à la diffusion cinématographique en salle, et ce, quels que soient leurs supports (diapos, films vidéo, multimédias et téléphonie) ou

leurs durées (court ou long métrage) ou leurs formes (reportages, films de prestige, de promotion, documentaires, fictions, séries, programmes d'animation, etc.).

Cette production de films est destinée à plusieurs types de clientèle.

■ Entreprises et « institutionnels »

On parle alors dans les deux cas de films de commande, c'est-à-dire de films publicitaires ou institutionnels.

■ Chaînes de télévision

Les producteurs de production télévisuelle développent soit des programmes de flux (émissions de variétés, jeux, retransmissions sportives ou journaux télévisés, magazines), soit des œuvres : les fictions et documentaires de création, l'animation, les vidéomusiques (clips), et les captations/récréations de spectacles vivants.

à savoir

Le producteur de l'œuvre audiovisuelle est la personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'œuvre. Il produit, post-produit et fait diffuser.

➔ Source : Code de la propriété intellectuelle (art.132-133)

► Structure de la profession

■ Une société de production audiovisuelle conduit à son terme les opérations de conception, de réalisation, de fabrication et d'exploitation des films. Elle fait le plus souvent appel à des prestataires extérieurs pour le matériel de tournage, le montage et la post-production.

Le premier volet de l'activité est donc la réalisation d'œuvres audiovisuelles, et le second, la commercialisation des droits de diffusion, avec la vente de droits.

■ Les entreprises de production de commande réalisent des films institutionnels ou publicitaires. Ces activités regroupent un grand nombre de petites entreprises dont la production moyenne est de 600 000 €. Les 25 plus grandes entreprises ne réalisent qu'un tiers du CA du secteur.

■ Le diffuseur est un éditeur de programme, par exemple une chaîne de télévision.

■ Le distributeur est une société qui acquière des droits d'exploitation des films auprès des producteurs pour les revendre par la suite. Le distributeur apporte un minimum garanti au producteur et à la revente du programme, reverse au producteur une partie de la vente, après avoir récupéré son minimum garanti. Le marché est très atomisé, les contrats volatiles, et les structures légères à faible capitalisation ne facilitent pas les concentrations.

Le secteur des prestations techniques compte, comme le précédent, un nombre important de petites entreprises. Il est également peu concentré.

à savoir

Une participation en coproduction donne à son titulaire un droit de propriété sur l'œuvre qu'il partage éventuellement avec les autres coproducteurs. Un préachat ou une prévente ne confère à son bénéficiaire que des droits de diffusion limités dans le temps et pour un ou des modes d'exploitation précis.

C

Chiffres clés

La production audiovisuelle demeure une activité mal connue du secteur de l'audiovisuel à cause de son faible poids économique et de la multitude de ses intervenants. Il est plus facile de s'intéresser aux distributeurs ou diffuseurs, et moins aisé de cerner toutes les branches de ce secteur qui interfèrent souvent entre elles, notamment audiovisuel et cinéma.

➔ Source : Eurostaf

► Évolution du secteur

■ **Télévision** : les fictions, animations, documentaires s'exportent. En 2007, pour la quatrième année consécutive, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger avaient progressé et s'élevaient à 118 M€. En 2009, le total de ces exportations (ventes et préventes) atteignent 135,9 M€. Le recul est de 9,7 % par rapport à 2008.

➔ *Source : TV France international le 11/09/2008 www.tvfrance-intl.com et « L'exportation des programmes audiovisuels français en 2009 » - Centre national du cinéma et de l'image animée - 09/10*

■ **Les animations et le documentaire**, qui représentent 30 % à 40 % des exportations de l'audiovisuel français, sont les deux points forts de l'activité des entreprises françaises.

■ **Le film d'entreprise** exporte aussi son image, mais le coût d'une prospection à l'étranger est élevé ; un partenaire ou

une filiale à l'étranger est nécessaire. Pour limiter les coûts, la délocalisation de certaines productions est souvent envisagée.

■ **La production audiovisuelle et cinématographique** compte plus de 6 500 entreprises en France. Un bon tiers des sociétés sont inactives : créées souvent en vue de réaliser un projet spécifique, elles peuvent ensuite rester en sommeil. Ceci explique le taux élevé de « turnover » du secteur.

■ **Le marché de l'audiovisuel** dépasse largement le champ hexagonal. Dix ans après le premier Festival de Biarritz, on est passé de 2 000 à 8 000 programmes par an.

Pour en savoir +

Site de l'Observatoire européen de l'audiovisuel @ www.obs.coe.int

Production audiovisuelle en France (hors production de films pour le cinéma)

| Codes APE | Activités | Parc d'entreprises et CA | Personnes occupées en ETP |
|-------------|--|--------------------------|---------------------------|
| 92.1A/5911A | Productions et réalisations de films et de programmes pour la télévision | 1587 1 185 M€ | 6 328 |
| 92.1B/5911B | Productions et réalisations de films institutionnels et publicitaires | 2380 1 186 M€ | 5 459 |
| 92.1D/5912Z | Prestations techniques pour le cinéma et la télévision/post-production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision | 1336 1 325 M€ | 8 263 |
| 92.2B/5911A | Productions d'émissions de télévision | 565 1 066 M€ | 3 995 |

➔ *Source : INSEE, la France des services, services aux particuliers en 2006, janvier 2009 Actualisation sur www.insee.fr puis services*

► Emploi

■ Au total, ce sont environ 52 000 permanents et 50 000 intermittents qui sont concernés.

■ Les entreprises de l'ensemble des secteurs sont de très petites entreprises. En Île-de-France, 45 % d'entre elles ne déclarent aucun emploi permanent en 2009 (uniquement des intermittents) et 27 % d'entre elles déclarent 1 ou 2 personnes ayant occupé un emploi permanent sur l'année.

➔ Source : « Observatoire de la production audiovisuelle et cinématographique en Île-de-France » Degardin Philippe, Veillon Olivier-René, avril 2011

■ Le secteur de l'animation emploie 2 500 personnes, au sein d'environ 40 sociétés, qui réalisent un CA d'environ 180 M€ par an, avec un franc succès à l'international, où la France est leader européen du genre.

➔ Source : Festival d'animation d'Annecy

Pour la première fois depuis 2004, les emplois intermittents sont en baisse ainsi que les emplois permanents (2,5 %).

► Localisation

La filière des industries de l'image est dynamique, en particulier en Île-de-France qui concentre 90 % des prestations techniques du cinéma et de l'audiovisuel français : les Hauts-de-Seine pour la conception et la Seine-Saint-Denis pour les prestataires techniques, les studios, les structures de formation et de recherche, ainsi que le pôle de compétitivité Cap Digital situé à Paris au 74, rue du Faubourg-Saint-Antoine.

➔ Source : « Observatoire de la production audiovisuelle et cinématographique en Île-de-France » Degardin P., Veillon O.-R., avril 2011

Pour en savoir +

Pour retrouver tous les chiffres sur la production audiovisuelle, la diffusion de vidéos et la diffusion des films à la télévision, consulter le site @ www.cnc.fr à la rubrique Statistiques.

► Chiffre d'affaires

Beaucoup d'entreprises font environ 300 000 € de chiffre d'affaires, tandis qu'une autre partie de la profession atteint des CA de l'ordre de 1,5 M€. D'autres entreprises attendent de nouveaux contrats et réalisent très peu de chiffre.

► Facturation

Quelques facturations HT

| | |
|--|---------------------|
| 10 minutes de films d'entreprise, support vidéo | Autour de 4 500 € |
| 52 minutes de documentaire tourné en 16 mm, livré en vidéo | 180 000 € |
| Spot TV 30 secondes en 35 mm | 150 000 à 500 000 € |

à savoir

Facturation du court métrage : entre 400 et 600 € la minute.

L

'étude de marché

► Évolution par type de clientèle

■ **Institutionnels** : croissance soutenue par le développement touristique et culturel. Dans le secteur public, les appels d'offres accompagnent tout budget supérieur à des montants fixés par le Code des marchés publics ;

Pour en savoir +

@ www.minefe.gouv.fr puis commande publique/marchés publics

■ **Entreprises** : On distingue deux types d'interventions sur ce marché :

La communication externe

L'information de l'entreprise est véhiculée sur des supports nombreux, et l'Internet tient désormais une place importante : réalisation de clips ou films et blogs vidéo, de magazines on line, de films commerciaux, de DVD interactifs ...

La communication audiovisuelle permet de conquérir de nouvelles parts de marché à moindre frais, car la plupart des entreprises possèdent déjà un site web comme outil de diffusion.

➔ Source : Satis 2008

Cela permet aussi de valoriser les images de l'entreprise, images actuelles ou images d'archives, créant ainsi une image identitaire qui permet de valoriser la culture et les valeurs de l'entreprise.

➔ Source : Festival du Creusot

à savoir

Web TV : La plupart des grandes entreprises, des institutions, des clubs de sport, des municipalités et des conseils régionaux ont leur télévision sur Internet. Objectif : un gain d'image, une visibilité plus interactive et ludique. La Web TV est un créneau en plein essor.

La communication interne

Grâce aux nouvelles technologies multimédia, de nombreuses entreprises disposent à présent d'une plus grande latitude pour assurer tout ou partie de leur communication interne ; les supports de diffusion sont nombreux : TNT, Web, Web TV, DVD, TV Peer to Peer...

Des sociétés se sont ainsi spécialisées dans la communication B to B, au moyen de technologies propres à simplifier la communication, les échanges entre salariés des entreprises, pour collaborer à distance sur des projets communs, pour

optimiser les temps de réunion...

La communication sert aussi auprès des clients, prospects et journalistes : visioconférence (HD, téléprésence), audioconférence, tableau interactif, présentation interactive (bilan financier, lancement de produit...).

■ Télévision

La production et la diffusion de fictions françaises sont très inférieures à celles d'autres pays européens et elles continuent régulièrement à diminuer.

➔ Source : Rapport Hadas Lebel sur la rediffusion des fictions françaises sur les chaînes de télévision, juin 2006, à télécharger sur www.cnc.fr

à savoir

Commandés par les agences de publicité, les spots publicitaires sont réalisés par une trentaine de producteurs spécialisés. Ces sociétés productrices souffrent de la concurrence étrangère, notamment anglaise, et les spots sont réutilisés désormais plusieurs fois. Ce sont des budgets de 150 000 à 450 000 € en moyenne (spot de 30 secondes).

■ Les particuliers

Ils représentent une nouvelle clientèle. Sur ce marché, la demande est forte sur les « captations », une cristallisation sur bande d'un événement particulier, afin de « l'immortaliser » en le gravant sur DVD ou CD.

➔ Source : Rebondir

► Les tendances

■ Tendances générales

Le ralentissement récent du secteur est d'abord le fait de la crise. La réforme de l'audiovisuel et la contraction des activités en général ont au total conduit à un ralentissement du secteur en 2009 et 2010. La tendance est à la reprise générale.

Le CNC considère que les commandes en provenance des chaînes ont diminué. Comme le souligne cependant l'institut Xerfi, en dépit de la morosité publicitaire, un grand nombre de sociétés de production se sont lancées avec d'ailleurs un certain succès ; leur recette : un positionnement sur les univers parallèles de la publicité et du clip musical, l'ambition de produire moins mais mieux.

■ Les métiers qui montent

Trois métiers se distinguent :

- l'homme-orchestre, chargé de l'ensemble de la communication d'une entreprise sur supports variés (vidéo, CD ROM, conception publicitaire, outils multimédias...);
- le conseil et formateur extérieur sur ces nouveaux outils technologiques ;
- l'indépendant, qui manie la vidéo, occupe les créneaux du mariage, des films sportifs ou des spectacles pour enfants.

■ Tendances sectorielles

La production de programmes est en expansion ; la plupart des sociétés se positionnent sur les secteurs tant du numérique que du multimédia.

➔ *Source : APAA (Association des producteurs audiovisuels d'Alsace)*

Le long métrage d'animation n'a jamais été aussi dynamique, les séries se produisent par dizaines pour les télévisions, et les écoles forment des talents qui font jeu égal avec les talents du marché.

➔ *Source : Festival d'Annecy 2006*

Les studios français d'animation 3D surfent sur la demande croissante de la télévision, du cinéma et du jeu vidéo.

La France reste l'un des acteurs mondiaux les plus dynamiques dans ce domaine (derrière les États-Unis et le

Japon), et cette évolution stabilisée à haut niveau (autour de 280 heures de programmes) s'accompagne d'une véritable embellie sur le marché de l'emploi.

à savoir

Un obstacle au développement de la 3D : les salles françaises sont peu nombreuses à être équipées en numérique, capables de visionner des films en 3D. En 2009, 350 salles sont équipées.

Par ailleurs, avec le développement continu d'Internet, la mode est aux clips vidéo et de nombreuses sociétés se sont lancées sur ce créneau : blogs vidéo, vidéos remontées et dimensionnées pour le Web, Web TV... On parle de « communication virale ». Des phénomènes comme YouTube et Facebook impliquent des comportements nouveaux, des rapports nouveaux à l'image.

➔ *Source : Festival 1^{er} regard*

Pour en savoir +

Étude du CNC sur le marché de l'animation @ www.cnc.fr

► Et demain ?

■ Multiplication des plateformes de diffusion de l'audiovisuel : TV sur ADSL, TNT, TVHD, Web TV pour une entreprise, TV sur les téléphones portables : ces nouvelles télévisions offrent désormais de réelles opportunités de relancer le marché des outils de production.

À l'ère du numérique, la multiplication des chaînes devrait bénéficier à la production, mais des contraintes de financement fortes continuent à freiner ce développement.

➔ *Source : Salon Satis 2008*

■ Les stratégies des acteurs de la production, passé un certain stade de

développement, s'organisent autour des axes suivants :

- stratégie d'investissement dans certains genres afin d'acquérir une position dominante ;
- stratégie de développement dans toute la chaîne de valeur de la production sans omettre l'Internet ;
- conclusion d'alliances et de partenariats avec des acteurs complémentaires (autres producteurs, distributeurs ou diffuseurs) ;
- croissance externe pour bénéficier d'un effet de taille ;
- internationalisation pour gagner de nouveaux marchés à l'export.

■ Concurrence effrénée dans tous les cas de figure au sein de l'Hexagone et en dehors des frontières :

- concurrence des services audiovisuels des entreprises ;
- concurrence des agences multimédias ou plurimédias.

Le créateur et les règles de la profession

Pour être producteur d'œuvres audiovisuelles, aucune autorisation d'exercice n'est demandée. Il convient cependant de disposer de quelques qualités... et de quelques atouts !

► Le créateur

Le chef d'entreprise est un homme aux multiples facettes (parfois partagées avec un ou plusieurs associés) : créateur, technicien, concepteur, auteur, réalisateur, publicitaire.

■ C'est à la fois un gestionnaire, un juriste, un financier. Il possède un sens

aigu des relations publiques pour décrocher des marchés dans un milieu souvent comparé à une jungle.

■ L'innovation et la créativité sont fondamentales. Il doit être en alerte en permanence et conserver une avance technologique sur ses concurrents.

■ L'exercice de son métier est à la convergence de l'audiovisuel et de l'informatique.

■ Vidéo et clips sur Internet : beaucoup s'essayaient au démarrage sur Internet, sur des sites de partage de vidéos (Eye-ka, Wat TV, Dailymotion..) en espérant être reconnus.

à savoir

Des initiatives territoriales facilitent cette reconnaissance :

- le réseau image dans le @ www.ccip92.fr ;

- le réseau charentais @ www.larochelle.cci.fr ;

- l'association Coolisse @ www.coolisses.asso.fr ;

- le pôle audiovisuel cinéma-multimédia du Nord parisien, avec une pépinière dévolue au numérique, en Seine-Saint-Denis, qui concerne 300 entreprises de la filière image @ www.lepole.org.

■ Les relations publiques dans ce milieu sont capitales, tout le monde se connaît et se retrouve aux mêmes festivals ou évènements.

Il faut consacrer une bonne partie de son temps à obtenir des rendez-vous et donc :

- le sens de la négociation et du contact est capital, y compris à l'étranger ;

- ainsi que le temps passé à s'informer sur ce qui est tendance ;

- à présenter un catalogue dès que possible ;
- faire tourner les films déjà produits est l'objectif à atteindre ;
- se diversifier (organisation d'évènements, production dans plusieurs secteurs, produits dérivés...) ;
- être polyvalent : savoir couvrir un évènement, louer du matériel ou faire partie d'un club...
- s'associer à une activité, un mouvement ou un sport qui monte...
- dans le milieu de la TV, il faut avoir ses entrées car les relations personnelles prévalent ;
- enfin, il faut savoir ne pas compter son temps !

Pour en savoir +

Découvrir une galerie de portraits sur @ www.uspa.fr

► Statuts

SA, SARL, Entreprise individuelle, EURL, GIE... Dans la pratique, on rencontre beaucoup de SA et de SARL et de commerçants quand il s'agit d'une société de production audiovisuelle.

à savoir

Le commerçant indépendant et le gérant majoritaire de la SARL entrent dans la catégorie des non-salariés et doivent être affiliés obligatoirement aux caisses relatives à la protection sociale : retraite, santé, prévoyance. Ces caisses sont désormais regroupées au sein du RSI, régime social des indépendants. @ www.le-rsi.fr

► Le régime d'assurance chômage intermittent

Dans ce secteur, les artistes et les techniciens sont souvent des intermittents du spectacle.

Pour en savoir +

@ www.assedic.fr puis rubrique « Intermittents du spectacle », puis notice DAJ 168 avec la liste des activités concernées par l'annexe 8
@ www.culture.gouv.fr

► Les conventions collectives

■ On trouve sur les sites du SPI et de l'USPA la convention collective de l'audiovisuel, qui concerne les entreprises des ex-codes 921A 921B et 922B

@ www.lespi.org
@ www.uspa.fr

■ Il existe aussi la convention collective des films d'animation :

@ www.ladocumentationfrancaise.fr

disponible au Journal officiel

26, rue Desaix
75727 Paris Cedex 15
☎ 01 40 58 78 78

@ www.journal-officiel.gouv.fr ou gratuitement sur @ www.legifrance.gouv.fr

► Les règles de la profession

■ Contrat

Gérer une société de production nécessite enfin une bonne pratique contractuelle : savoir rédiger un contrat de cession de droits, défendre l'intégrité d'une œuvre, être rompu aux contrats d'auteur, contrats de réalisateur, contrats de coproduction, contrats de technicien à durée déterminée.

Pour en savoir +

On trouvera des modèles de contrats sur le site de la SACD @ www.sacd.fr et auprès des organisations professionnelles.

■ Assurances spécifiques

Assurances du film ou de la pellicule, assurances couvrant les accidents divers survenus pendant le tournage et garantie de bonne fin, afin que le film se réalise conformément au budget et au plan prévu. Les primes sont calculées d'après le budget d'un film.

Pour en savoir +

CDIA : Centre de documentation et d'information de l'assurance
@ www.ffsa.fr

■ Dépôt légal

Les œuvres audiovisuelles doivent être déposées, selon leur nature, auprès d'organismes variés : la Bibliothèque Nationale de France, le Centre national de la cinématographie et l'Institut national de l'audiovisuel pour l'archivage. Le dépôt constitue une garantie de confidentialité et un élément de protection contre le piratage.

à savoir

La protection d'une œuvre audiovisuelle peut être effectuée auprès de l'INPI.

26 bis, rue de Saint-Pétersbourg
75008 Paris
☎ 01 53 04 53 04
@ www.inpi.fr

■ Droits de la propriété littéraire et artistique

Légalement, c'est la loi du 11 mars 1957, modifiée par la loi du 3 juillet 1985 qui régit les droits sur la propriété littéraire et artistique : elle protège les artistes du seul fait de l'existence de leur œuvre. C'est un droit inaliénable. Il existe cependant des organismes professionnels d'auteurs chargés d'exploiter et de faire respecter les droits des artistes

isolés qui n'ont pas les moyens de déceler toutes les utilisations indues de leurs œuvres.

Pour en savoir +

Les droits d'auteur pour une œuvre d'animation sont évoqués au lien suivant : @ www.afca.asso.fr

à savoir

Un réalisateur pourra être rétribué en partie en droits d'auteur, sous certaines conditions, se renseigner auprès de l'Agessa : Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs.

21 bis, rue de Bruxelles
75009 Paris
☎ 01 48 78 25 00
@ www.agessa.org

L

es aides financières

Pour en savoir +

Pour tout savoir sur la production aidée @ www.cnc.fr

■ Centre national du cinéma et de l'image animée

3, rue Boissière
75016 Paris
☎ 01 44 34 34 40
@ www.cnc.fr

Le CNC contribue au financement du court métrage sous des formes diverses aux différents stades de l'écriture, de la production, de la promotion et de la diffusion des films courts. Ses aides sont sélectives ou automatiques, directes ou par l'intermédiaire d'organismes (COSIP, GREC, Maison du film court, Agence du court-métrage, AFCA...) qu'il subventionne.

Le CNC agit également dans le cadre de conventions que l'État (les DRAC) signe avec les collectivités.

Pour en savoir +

Voir sur le site le dossier du CNC sur ce sujet : « *Le CNC soutient le court métrage* » @ www.cnc.fr

■ **Compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels du CNC**

Le COSIP a pour objet de favoriser la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles (fictions, documentaires, animations, vidéos, musiques, recréation de spectacles vivants) destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision françaises.

à savoir

Le soutien aux œuvres audiovisuelles à caractère innovant est réalisé grâce au Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle.

Référence : décret n° 2005-1396 du 10 novembre 2005 relatif au soutien financier à la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant. Renseignements auprès du CNC/Cosip.

Brochure au lien suivant : @ www.cnc.fr

■ **Images/mouvement**, aide à la création audiovisuelle, ministère de la Culture, aides individuelles dans le domaine d'art vidéo nouvelle image.

@ www.cnap.fr

■ **Centre national des arts plastiques**

Tour Atlantique
1, Place de la Pyramide
92911 Paris La Défense

☎ 01 46 93 99 58

■ **PROCIREP, prix du producteur français de télévision**

@ www.procirep.fr

11 bis, rue Jean-Goujon - 75008 Paris

☎ 01 53 83 91 91

à retrouver sur @ www.sacd.fr

■ **IFCIC**

Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles

apporte aux banques sa garantie financière, ouvrant ainsi aux entreprises de ce secteur des possibilités élargies de crédit : crédits préparation, crédits de tournage, crédits entreprise, prêts participatifs, garanties sur emprunts.

46, avenue Victor-Hugo - 75116 Paris

☎ 01 53 64 55 55

@ www.ifcic.fr

■ **Fonds images de la diversité**

Géré par l'Agence nationale pour la cohésion sociale et le Centre national de la cinématographie, ce fonds, lancé fin 2006, est destiné à soutenir la création cinématographique et audiovisuelle traitant de la diversité de la France et de l'égalité des chances.

@ www.ancsec.gouv.fr

■ **FCM, Fonds pour la Création Musicale**

141, rue La Fayette - 75009 Paris

☎ 01 48 78 50 60

@ www.lefcm.org (détail des programmes d'aides et formulaires de demande d'aides en ligne).

Le FCM est une association qui regroupe des sociétés civiles de perception et de répartition des droits d'auteur et de droits voisins, des organisations syndicales et professionnelles et les pouvoirs publics.

Ses domaines d'intervention sont variés : aides à la production phonographique (production de disques), aides au

spectacle vivant, aides aux vidéomusiques, aides à l'audiovisuel musical, aides à la formation d'artiste.

■ Aides régionales

Chaque région a sa propre politique en matière de soutien à la production d'œuvres audiovisuelles.

à savoir

La politique de communication du secteur public fait appel de plus en plus à la communication audiovisuelle pour promouvoir ses services : le client lance un appel d'offres, appel d'offres que le producteur a parfois su susciter. Parcourir les journaux spécialisés comme les annonces légales des quotidiens régionaux agréés ou le bulletin officiel des annonces de marché public, et respecter les règles générales de l'obtention des marchés publics sont des indispensables pour se positionner sur ces marchés.

Pour en savoir +

Se renseigner auprès des conseils régionaux (aides régionales accordées pour les courts métrages, la fiction, le documentaire et le cinéma) ou des conseils généraux ou auprès des services du ministère chargé de la culture en région (les DRAC).

■ Aides européennes

Programme MEDIA (2007-2013) doté de 755 millions d'euros.

Programme de l'Union européenne destiné à renforcer la compétitivité de l'industrie cinématographique, audiovisuelle et multimédia. Mais il s'adresse aux entreprises qui ont déjà diffusé des programmes, et non aux créateurs.

Pour en savoir +

Media Desk France

24, rue Hamelin

750016 Paris

☎ 01 47 27 12 77 ou sur Internet

@ www.mediadesk.com.fr

@ www.mediadeskfrance.fr et

@ www.europa.eu, pour retrouver les aides européennes dans le secteur de l'audiovisuel.

■ Crédit d'impôt

Il existe depuis le 1^{er} janvier 2005 un crédit d'impôt pour la production audiovisuelle, réalisé sous certaines conditions.

Pour en savoir +

- Renseignements et formulaire de demande d'agrément sur le site du CNC :

@ www.cnc.fr

- Textes juridiques ou aides et commissions/audiovisuel/crédit d'impôt :

Référence : décret 205-315 du 1er avril 2005 pris pour l'application des articles 200 sexies et 220 F du CGI et relatif à l'agrément des œuvres audiovisuelles ouvrant droit au crédit d'impôt pour les dépenses dans la production d'œuvres audiovisuelles.

Pour en savoir +

Voir le dossier complet sur le site du CNC au lien suivant :

@ www.cnc.fr

3, rue Boissière

75116 Paris Cedex

☎ 01 44 34 34 46



Contacts et sources d'information

► Structures institutionnelles

■ Ministère de la Culture et de la Communication

3, rue de Valois - 75001 Paris

☎ 01 40 15 80 00

@ www.culture.gouv.fr

Et les DRAC (directions régionales des affaires culturelles du ministère de la Culture)

@ www.culture.fr

■ DGMIC

Direction générale des médias et des industries culturelles

Ministère de la Culture et de la Communication

Immeuble des Bons-Enfants

182, rue Saint-Honoré

75033 PARIS Cedex 01

■ CNC

Centre national de la cinématographie

12, rue de Lubeck

75784 Paris Cedex 16

☎ 01 44 34 34 40

@ www.cnc.fr

Direction des programmes audiovisuels et des industries de l'image

■ Centre de documentation, des études et statistiques (bibliothèque ouverte au public)

3, rue Boissière - 75016 Paris

☎ 01 44 34 36 34

► Organismes professionnels

■ SPI

Syndicat des producteurs

indépendants (films de longs métrages, de courts métrages, de télévision et de films institutionnels)

1 bis, rue du Havre - 75008 Paris

☎ 01 44 70 70 44

@ www.lespi.org

■ USPA

Union syndicale de la production audiovisuelle APF

Association des producteurs de fiction

5, rue Cernuschi - 75017 Paris

☎ 01 40 53 23 00

@ www.uspa.fr

Regroupe les producteurs de programmes de télévision (fiction, animation, documentaire, variétés, jeux).

■ SPFA

Syndicat professionnel du film d'animation

2, rue de La Roquette

Passage du Cheval Blanc - 75011 Paris

☎ 01 55 28 83 05

@ www.animation-france.fr

■ CSEA

Chambre syndicale de l'Édition audiovisuelle, Syndicat de l'édition vidéo

24, rue Marbeuf - 75008 Paris

☎ 01 42 25 33 04

■ FICAM

Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

11/17, rue de l'Amiral Hamelin

75783 Paris Cedex 16

☎ 01 45 05 72 55

@ www.ficam.fr

180 entreprises de la post-production

■ AFCA

Association française du film d'animation

@ www.afca.asso.fr

■ AFDAS

Fonds d'assurance formation des activités du spectacle et du cinéma, de l'audiovisuel et de la publicité.

3, rue au Maire - 75003 Paris

☎ 01 44 78 39 39

@ www.afdas.com

▸ Salons

- Festival du court métrage de Clermont-Ferrand
☎ 04 73 91 65 73
@ www.clermontfilmfest.com
- Les rencontres audiovisuelles de Lille
☎ 03 20 53 24 84
- FIPA, festival international de production audiovisuelle, chaque année à Biarritz
☎ 01 44 89 99 99
- FIAC, festival international des arts du clip
☞ contact@festivalduclip.com
- TOP COM, les professionnels de la communication d'entreprise
@ www.topcom.fr
2 congrès par an
- SIEL-SATIS, Salon des techniques de l'image et du son, annuel, novembre à Paris
@ www.satis-expo.com

Pour en savoir +

Liste des 700 salons et festivals sur :
@ www.videadoc.com

▸ Information Emploi/métiers

- Les métiers de l'audiovisuel évoluent très vite. Un point sur cette évolution est fait par l'INA, lors du Salon Siel & Satis 2008 @ www.siel-satis.com
- Le « chat » sur :
@ www.lesmetiers.net
au sujet des métiers du spectacle

☞ La brochure *Formation aux métiers de la culture : cinéma et audiovisuel*, du ministère de la Culture
☎ 01 40 15 87 78

☞ Aux éditions DIXIT, le *Guide des métiers et formations : audiovisuel cinéma*, ainsi que des formations ponctuelles
@ www.dixit.fr

☞ *Guide des formations aux métiers de l'audiovisuel et du multimédia*, Vidéadoc, 2008/2009 @ www.videadoc.com

☞ Consulter la fiche actuelle du CIDJ N° 2.681 *Travailler dans l'audiovisuel*, et le numéro 2.25 sur *Les arts graphiques*
@ www.cidj.com

▸ Information emploi

- Le recrutement se fait par cooptation, sur audition ou par le réseau relationnel. Il existe des agences Pôle Emploi spécialisées en Île-de-France, deux à Paris, une dans la plaine Saint-Denis, et une à Boulogne-Billancourt :
Pôle Emploi audiovisuel spectacle
56, rue de Billancourt
92100 Boulogne
☎ 01 41 22 04 50

▸ Information professionnelle

- La compagnie des Réals (ex-APRAC), association professionnelle des réalisateurs d'œuvres audiovisuelles de commande.
Lieu de réflexion et d'échange ouvert à tous les auteurs ou professionnels d'œuvres de commande
62, boulevard Diderot
75012 Paris
☎ 01 43 45 79 25
@ <http://laciedesreals.org>

■ **Vidéadoc**

8, rue des Trois Couronnes
75011 Paris

☎ 01 48 06 58 66

@ www.videadoc.com

Lieu d'accueil ouvert aux porteurs de projets audiovisuels, notamment dans le documentaire ; centre d'information et de documentation qui propose de nombreux ouvrages de référence, édition de guides pratiques, etc.

■ **ADIA**

Association pour le développement de l'information audiovisuelle

56, avenue de Wagram
75017 Paris

☎ 01 40 54 20 43

Vidéotheque de films d'entreprises

■ **Agence du court métrage**

2, rue de Tocqueville
75017 Paris

☎ 01 44 69 26 60

@ www.agencecm.com

Le court métrage est diffusé dans les salles de cinéma mais aussi sur d'autres supports (chaînes hertziennes, DVD, Internet, téléphone portable...)

■ **Maison du film court**

Plateforme d'aide à la réalisation de courts métrages

10, passage de Flandres
75019 Paris

☎ 01 40 34 32 44

@ www.maison-du-filmcourt.org



Tous droits réservés - Crédit photo © Frank Boucher

| Fiche réalisée sur la base de la fiche professionnelle de l'APCE réactualisée en mai 2009.