

LE VRAI FAUX

DES PRODUCTEURS &
DES PRODUCTRICES



ILLUSTRATIONS
ROSALIE LONCIN

TEXTES
REMI GRELOW

LES SOCIÉTÉS DE PRODUCTION SONT DIFFÉRENTES, L'INDUSTRIE FAIT LE GRAND ÉCART

VRAI

Une société de production qui débute son activité part souvent de zéro: le producteur ou la productrice travaille déjà ailleurs (souvent dans une autre société plus établie qui l'engage) et les personnes vont devoir développer leur activité et bâtir leur trésorerie progressivement. Parfois c'est une société spécialisée dans d'autres médias ou un distributeur qui va ouvrir un pôle de développement de fiction. Ces productions indépendantes peuvent gagner en prestige et en finances et devenir des « moyennes productions » ; avoir des salarié-e-s, se payer, investir dans l'écriture et les options de scénarios... Dans cette industrie élargie existent évidemment de plus gros groupes, des sociétés puissantes, plus argentées, qui produisent des projets avec des enjeux lucratifs plus lourds.



UN PRODUCTEUR OU UNE PRODUCTRICE GAGNE BEAUCOUP D'ARGENT

FAUX

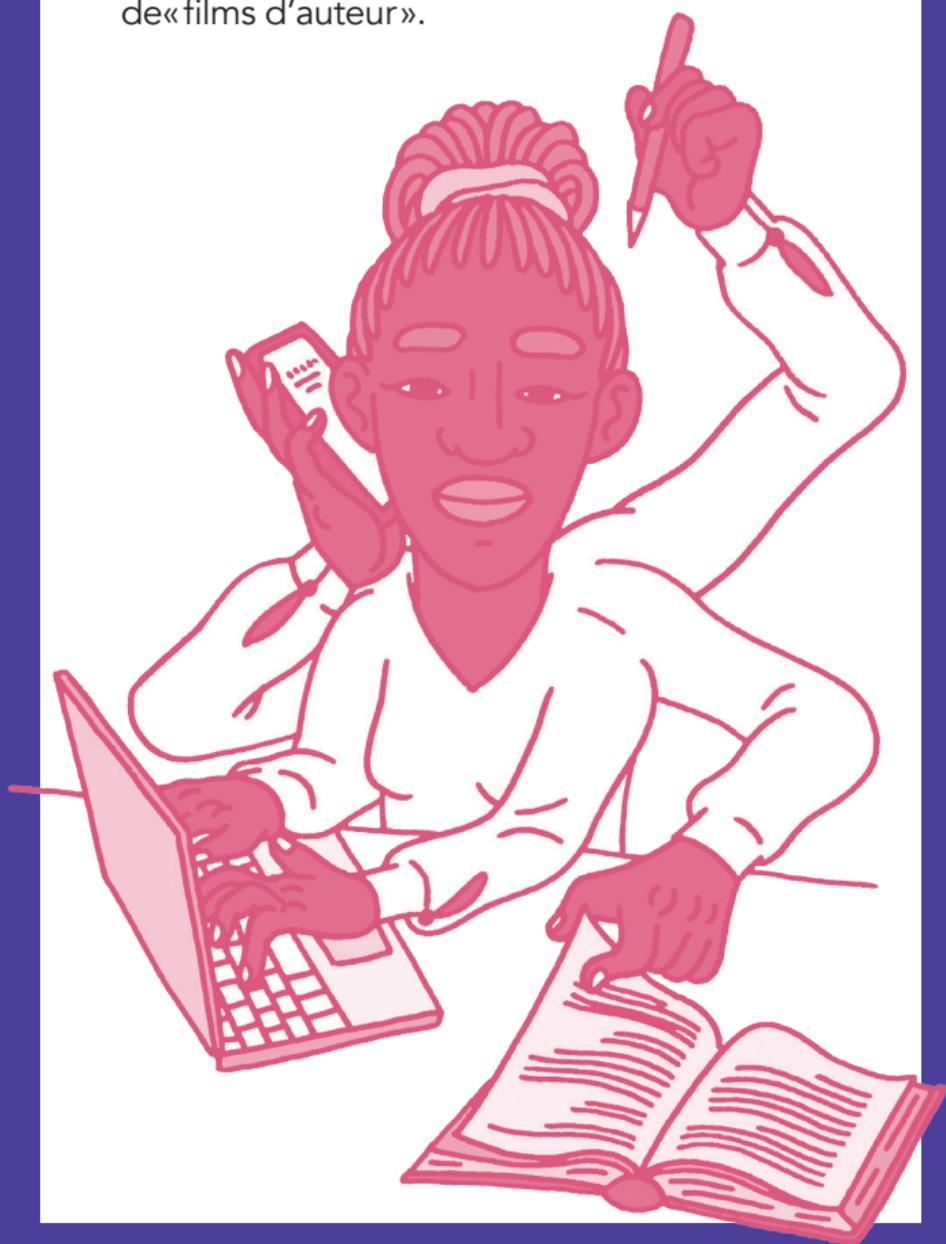
En début de carrière, les producteurs et les productrices ne font pas de marges et vivent par leurs propres moyens (économies, autre emploi partiel, soutien de la famille, intermittence du spectacle...). Quand la société de production commence à être économiquement viable et/ou soutenue, elle peut alors se constituer une trésorerie. Il s'agit en priorité de payer les technicien-ne-s, les assistant-e-s de production, les scénaristes... On se paie en dernier lieu et on assume le risque. Après des années de labeur et des succès, il est possible d'en vivre plus correctement mais l'issue du chemin est imprévisible. Les plus grosses sociétés établies sont plutôt des exceptions dans un secteur où il existe beaucoup de petites sociétés.



IL FAUT ÊTRE POLYVALENT

VRAI

Voilà un métier indépendant qui côtoie des problématiques bien différentes: à la fois humaines, artistiques, financières ou encore juridiques. Il faut accompagner les auteurs et autrices, gérer son équipe, assurer le développement d'un projet, trouver des financements, faire du réseau, rencontrer des talents, aller en festivals... Pas un jour qui se ressemble dans une carrière de producteur! Une productrice doit être capable de s'adresser autant à des scénaristes qu'à des partenaires financiers qui ont leur mot à dire sur le budget et la création d'un film ou d'une série. Le métier nécessite une certaine connaissance du public visé par ledit partenaire, que ce soit dans une manne de fiction populaire ou de production de «films d'auteur».



LE PRODUCTEUR VA METTRE
SON PROPRE ARGENT
DANS LE FINANCEMENT
D'UN PROJET

FAUX

Le salaire du producteur ne va pas participer au budget, la productrice ne met pas ses économies personnelles dans la tirelire de sa société! Si en début de carrière on ne se paie pas, on investit son temps et quand la trésorerie le permet, le salaire suit. On constitue des budgets qui fonctionnent comme des entités allouées uniquement à la production des œuvres. Les producteurs et les productrices ne sont pas des mécènes, ce sont des indépendant-e-s qui vont devoir faire tourner leur société avec son économie. On ne se sert pas non plus dans le budget du film pour s'offrir des chaussures! L'argent de la production sert au développement.



LE PRODUCTEUR, LA PRODUCTRICE, DIRIGE SA SOCIÉTÉ EN TENANT COMPTE DU MARCHÉ

VRAI

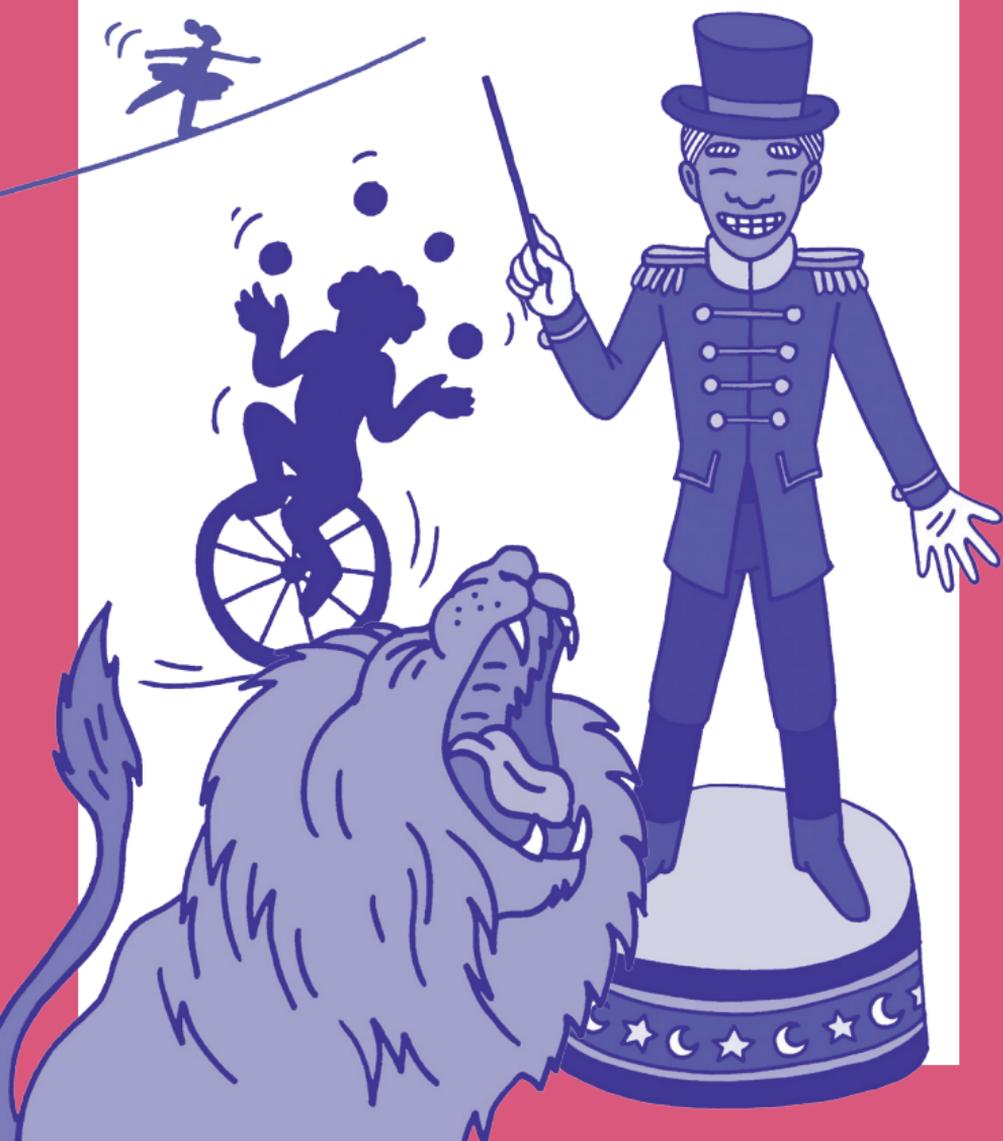
N'oublions pas que films, séries, projets web et autres créations audiovisuelles, appartiennent à une industrie très large et mosaïque. Les producteurs et les productrices sont des dirigeant-e-s de sociétés avec toute la considération commerciale que cela implique. Que l'on cherche à produire un petit film ambitieux, projet de cœur ou une franche comédie familiale, à visée plus lucrative, il y a toujours une stratégie commerciale à évaluer. Il faut savoir mesurer les chances du projet à rester rentable, à ne pas mettre à mal la société et à trouver son public, niché ou élargi. On dit qu'aujourd'hui avec la multiplication des plateformes de streaming, c'est le meilleur moment pour se lancer en production ; si le territoire s'agrandit, attention de ne pas s'égarer.



LA PRODUCTION NE GÈRE
QUE L'ASPECT FINANCIER
D'UN PROJET

FAUX

Le métier implique un grand investissement émotionnel ; la durée d'un projet peut s'étaler sur plusieurs années, deux à quatre ans pour un court métrage par exemple. C'est une histoire de collaboration humaine, il faut donc créer un lien de confiance avec les scénaristes, les réalisateurs et les réalisatrices et savoir accepter avec ces personnes les coups durs et également garder la fiabilité du projet intacte. La mission première est d'accompagner des talents ; les « prods » sont des gens de l'ombre, poussés par le désir de véhiculer des œuvres et raconter des choses qui font sens sur les sociétés ou défendre des univers variés, pour divertir ou pour faire réfléchir. Il s'agit de produire des œuvres avant tout, quelle que soit l'impulsion qui fait émerger ces envies.



ON NE TRAVAILLE PAS,
ON SE NOIE
DANS LES MONDANITÉS

FAUX

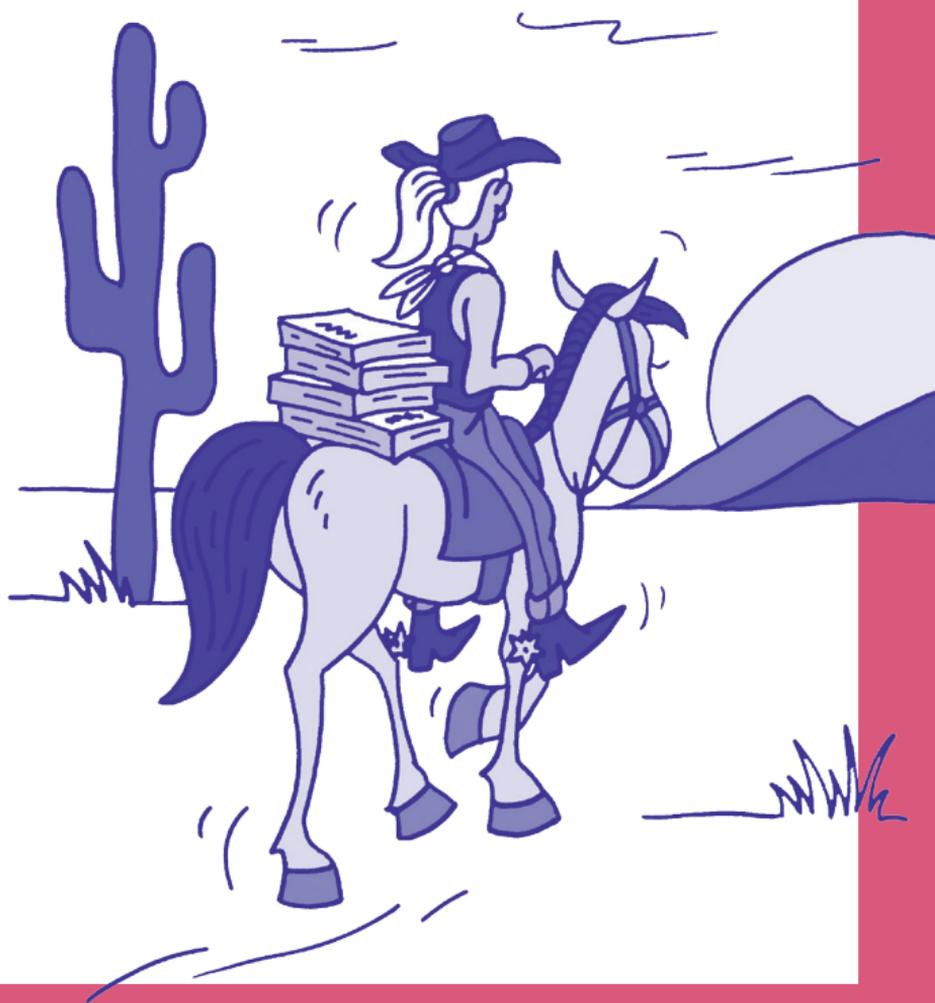
Souvent vue avec un smartphone à la main et des scripts sous le bras, la productrice ne passe pas en festival pour trinquer: elle cherche des talents. Sur le tapis rouge, ce producteur qui sourit pense à tous les autres projets qu'il est en train de développer. On court dans plusieurs directions, on parle à des centaines de personnes, de visu ou au téléphone, un producteur peut par exemple lancer un projet sur un thème qui le stimule, une productrice peut avoir un coup de cœur sur un scénario inattendu! Trinquer avec toujours le travail en tête, économiser son temps pour lire, discuter, rencontrer, chercher, une personne oisive n'arrivera pas à grand-chose à moins d'avoir une armada d'employé-e-s à ses pieds, fait rare.



LE PRODUCTEUR OU LA PRODUCTRICE, NE TRAINÉ PAS SUR LES TOURNAGES

VRAI

Un producteur délègue souvent la tâche à un directeur ou une directrice de production, il a cinq à dix projets en développement en même temps, il n'a pas toujours le temps d'assurer sa présence sur les tournages. Quelqu'un est donc chargé d'assurer le bon suivi pour la société de production. Si elle vient sur le plateau assidûment, c'est que cette productrice est là pour accompagner le tournage d'un premier court métrage par exemple et soutenir des talents plutôt «débutants». On se permettra davantage d'absences si c'est une réalisatrice ou un réalisateur rôdé-e-s aux tournages. Quand un projet est en tournage, une grande partie de la mission de la production est effectuée, l'image du producteur, cigare aux lèvres, venant perturber les ambitions du réalisateur sur le tournage est assez obsolète.



LA PRODUCTION EST L'ENNEMIE DE L'AMBITION ARTISTIQUE

FAUX

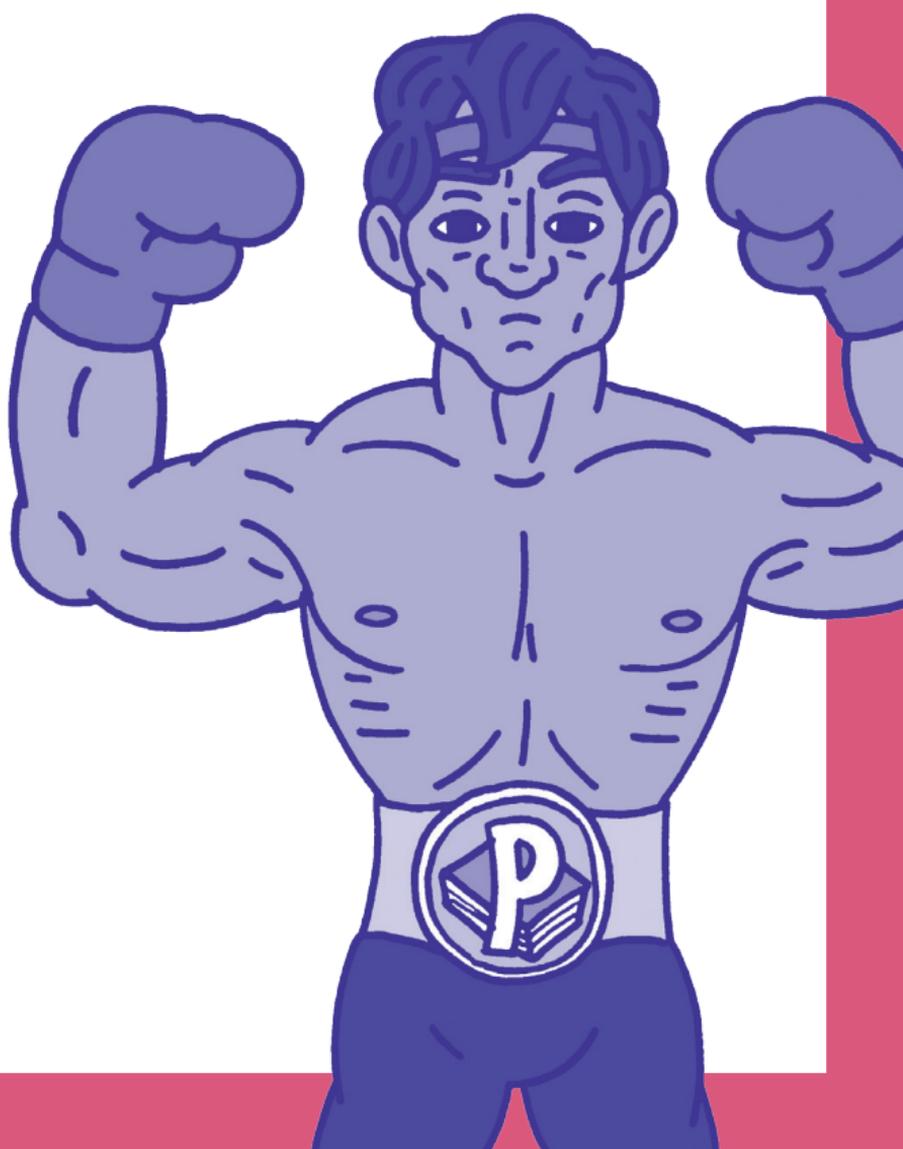
Le producteur cherche des projets qu'il veut voir sur écrans, la productrice cherche des talents qu'elle veut pouvoir révéler au monde ; quand les scénaristes ont terminé d'écrire, ce sont les producteurs et les productrices qui seront les moteurs de la création du projet. Il s'agit donc de lire les projets, d'en comprendre les intentions artistiques et de créer un lien efficace avec les auteurs et les autrices pour accompagner les phases de réécritures, niveler la création par le haut et lui permettre de se réaliser sans encombrer l'esprit des talents avec les difficultés liées à la production. Il faut justement pouvoir à la fois vendre le projet aux partenaires financiers et assurer sa cohérence artistique avec les personnes qui le créent. Savoir collaborer avec des scénaristes, avec des réalisateurs et des réalisatrices est essentiel !



ON FAIT CE MÉTIER PAR PASSION

VRAI

Pour se lancer ainsi, comme entrepreneur indépendant, pour accompagner des scénaristes, des réalisateurs et des réalisatrices, courir près des financements, voir des projets ne jamais aboutir et partager la déception des auteurs et des autrices, accepter de recommencer mille fois, il faut le vouloir ! C'est déjà difficile de réussir à en vivre, il faut aussi tenir dans le temps ; beaucoup de sociétés de production se créent et ferment vite. À l'exception des grosses sociétés qui démarrent avec des actionnaires ou qui sont issues des chaînes de diffusion, une société de production doit se frayer un chemin. Il vaut mieux donc avoir le goût du risque, c'est un « métier-passion » qui prend en permanence qui appelle à l'endurance et à une foi persistante. Il faut aimer vendre et avoir envie de toucher un public, que ce soit pour éveiller des consciences ou pour émouvoir.





Créée en 2019, la **Fédération des Associations des Métiers du Scénario** réunit des associations professionnelles à but non lucratif qui partagent des valeurs communes de transmission et de compagnonnage. Elle milite au niveau national pour une valorisation et une reconnaissance de l'ensemble des métiers du scénario et du savoir-faire des scénaristes.

CONTACT

FEDERATION.AMS@GMAIL.COM

SITE

WWW.LA-FAMS.FR

La **Fédération des Jeunes Producteurs Indépendants** (FJPI) met en réseau les jeunes sociétés de production avec les acteurs incontournables du cinéma, de la télévision et du web. Au travers de rencontres professionnelles, elle leur permet de développer tout au long de l'année des relations avec des financeurs (chaines de télévision, plateformes...), des institutions, des auteurs, des prestataires techniques et des producteurs. La FJPI représente aujourd'hui plus de 100 sociétés de production développant des contenus de tous genres et de tous formats. Elle a pour ambition de favoriser la diversité de la création et l'innovation. Elle organise également des ateliers d'aide à l'insertion professionnelle.

CONTACT

SECRETARIAT.FJPI@GMAIL.COM

SITE

WWW.FJPI.ORG

