

# Pratiques et acteurs du marché des droits audiovisuels en Europe



Enquête réalisée par Isabelle Fauvel  
Département Etudes du BIEF  
Mars 2010

## Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>I – Introduction et méthodologie .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>II – Le contexte général : une réalité très diverse .....</b>  | <b>6</b>  |
| A - TOUR D’HORIZON DES CINEMAS EUROPEENS .....  | 7         |
| 1 – <i>La Belgique</i> .....  | 7         |
| 2 - <i>La Suisse</i> .....  | 8         |
| 3 - <i>L’Allemagne</i> .....  | 8         |
| 4 - <i>Le Royaume-Uni</i> .....   | 8         |
| 5 - <i>L’Irlande</i> .....  | 9         |
| 6 - <i>L’Italie</i> .....   | 9         |
| 7 - <i>L’Espagne</i> .....  | 9         |
| 8 - <i>Les autres pays européens</i> .....  | 10        |
| 9 - <i>Les télévisions européennes</i> .....  | 10        |
| B - LA FRANCE, UN CAS A PART .....  | 11        |
| 1 - <i>Etat des lieux du cinéma</i> .....   | 11        |
| 2 - <i>Télévision et adaptation en France</i> .....   | 11        |
| C - ADAPTATION LITTERAIRE EN EUROPE .....   | 12        |
| 1 - <i>L’adaptation littéraire au cinéma : les chiffres</i> .....   | 12        |
| 2 - <i>Adaptation littéraire à la télévision : les tendances</i> .....  | 13        |
| <b>III – La phase de prospection : pièges et facilitateurs.....</b>   | <b>14</b> |
| A - COMMENT REPERER LES PRODUCTEURS ? .....   | 14        |
| 1 - <i>Où repérer les producteurs européens ?</i> .....   | 14        |
| 2 - <i>Comment aborder les producteurs européens ?</i> .....  | 16        |
| B - APPROCHER D’AUTRES PROFESSIONNELS ?.....  | 18        |
| 1 - <i>Approcher des réalisateurs</i> .....   | 18        |
| 2 - <i>L’acteur, l’actrice à l’origine d’un achat de droit</i> .....  | 19        |
| C - COMMENT PRESENTER SON OUVRAGE ? .....   | 20        |
| 1 - <i>L’importance du « sur-mesure »</i> .....   | 20        |
| 2 - <i>La présentation de l’ouvrage sous forme d’argumentaire ou de pitch</i> .....   | 20        |
| 3 - <i>Actualité et prix littéraires</i> .....  | 22        |
| C - LES SYSTEMES D’AIDES ET DE SUBVENTION .....   | 23        |
| D - LE REFLEXE DE LA COPRODUCTION.....  | 25        |
| <b>IV - La phase de négociation : les principes de base .....</b>   | <b>28</b> |
| A LES PRINCIPALES ATTENTES, LES IMPERATIFS ET LES CONTRAINTES DES PRODUCTEURS ET LES PRINCIPAUX POINTS DE BLOCAGE HABITUELS ..... | 28        |
| 1 - <i>Les différentes étapes chronologiques de la négociation</i> .....  | 28        |
| 2 - <i>Quelques éléments budgétaires</i> .....  | 30        |
| B - LES IMPERATIFS JURIDIQUES, LES ECUEILS A EVITER.....  | 32        |
| C - QUELQUES POINTS DE REPERES EN TERMES DE BUDGETS ET DE PLANNINGS .....   | 33        |
| <b>V – Conclusion et perspectives.....</b>  | <b>35</b> |
| <b>Annexe 1 : Aide mémoire des éléments contractuels récurrents .....</b>   | <b>38</b> |
| 1 - <i>Les parties</i> .....  | 38        |
| 2 - <i>L’option</i> .....   | 38        |
| 3 - <i>La session</i> .....   | 38        |
| <b>Annexe 2: Etudes de cas.....</b>   | <b>41</b> |
| 1 - <i>Focus sur l’Allemagne</i> .....  | 41        |
| 2 - <i>Focus sur l’Italie</i> .....   | 42        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3 - Exemples de collaboration en coproduction.....   | 44        |
| <b>Annexe 3 : Calendrier des événements « incontournables » ou importants pour la mise en réseau .....</b> | <b>46</b> |
| 1 - Festivals clefs pour approcher les jeunes talents (réalisateurs et producteurs).....                   | 46        |
| 2 - Événements incontournables pour les professionnels du cinéma. ....                                     | 46        |
| 3 - Festival de « genre ».....   | 47        |
| 4 - Festivals ou événements francophones .....   | 47        |
| 5 - Télévision.....  | 48        |
| 6 - Événements où se rencontrent professionnels de l'audiovisuel et professionnels de l'écriture.....      | 48        |
| <b>Annexe 4 : Annuaire.....</b>  | <b>49</b> |
| <b>Annexe 5: Lexique.....</b>  | <b>53</b> |



## I – Introduction et méthodologie

L'objectif de cette enquête est de donner des points de repère aux éditeurs français sur les réalités du monde du cinéma et, de façon plus marginale, de la télévision en Europe. Tout cela dans l'idée d'ouvrir de nouveaux champs de compréhension mutuelle et d'éviter certains malentendus ou idées préconçues que l'on continue à trouver sur le terrain.

Les relations entre édition et audiovisuel se sont consolidées autour d'intérêts économiques et artistiques pas toujours compatibles, professionnalisant l'outil juridique et marketing et créant des liens durables entre les différents acteurs des trois secteurs : édition, télévision, cinéma. L'important est de garder en mémoire que, dans une industrie de prototypes, chaque adaptation est unique. Si les règles générales aident à se faire des repères, il convient de connaître les réalités de chacun pour s'engager au mieux dans la prospection et dans une négociation, puis dans le processus lent et complexe qui fait d'un livre un film, un téléfilm, ou une série.

Ceci est d'autant plus complexe lorsque l'on aborde les relations internationales. Même si nous nous limitons ici à l'Europe, les réalités de nos voisins sont si différentes, qu'il est compliqué de calquer le modèle des relations qu'éditeurs et producteurs entretiennent dans l'hexagone.

A ceci s'ajoutent d'autres difficultés qui montrent à quel point la relation entre le livre et les industries de l'audiovisuel, tient sur la qualité des rapports entre les passeurs (bureaux spécialisés au sein des maisons d'édition, agents, autres initiatives...) et les créateurs ou les producteurs.

## II – Le contexte général : une réalité très diverse

Appréhender de manière globale le cinéma européen et les acteurs de ce marché – si tant est qu’il existe – soulève immédiatement plusieurs questions telles que : Y a-t-il un cinéma européen ? Y a-t-il une culture européenne du cinéma ou plutôt une circulation des œuvres et des talents issus de pays européens à l’intérieur de la communauté ? Les modes opérationnels sont-ils propices à un développement d’une Europe de l’audiovisuel qu’il serait possible de cerner ?

L’Europe du cinéma est un ensemble complexe où se mêlent étroitement règles de marché et mesures de soutien public régionales, nationales et supranationales. Sans oublier des dispositifs d’incitation fiscale, assez généreux, dont sont maintenant dotés la plupart des pays européens.

Durant ces quinze dernières années, des mesures incitatives ont eu un impact certain sur le cinéma en Europe : programmes Médias, aides à la production et à la distribution, soutien aux salles à travers Europa Cinéma. Il n’en demeure pas moins qu’il existe une trop grande disparité politique et législative d’un pays à l’autre.

Restent également des clivages, de plusieurs ordres, qu’il convient de noter :

- **un clivage juridique** important entre pays de droits d’auteurs (France, Italie, Espagne, etc.) et les pays régis par la loi du copyright (Grande Bretagne, Irlande). Coproduire implique parfois de faire coexister deux systèmes.
- **un clivage quant à la nature des marchés.** Le marché des salles en Grande Bretagne, par exemple, est certainement un des plus difficiles d’Europe. En revanche, le marché du DVD en Grande Bretagne a une ampleur que n’a pas réussi à atteindre le marché du DVD en France, chaque cas est donc bien spécifique.
- **Un clivage lié à la place du scénario dans le processus de développement** et de production. Dans le monde anglo-saxon, et dans bien d’autres pays d’Europe continentale, acheter des droits, commander un scénario à un ou plusieurs scénaristes sans avoir de réalisateur reste une pratique courante. En France, en Italie, en Espagne, en Grèce, au Portugal développer un projet de film sans attacher très vite un réalisateur ou même sans partir de lui reste problématique.
- **Un clivage quant à la dépendance vis à vis de la production américaine.** La France reste un exemple fort de pays qui maintient une adhésion de son public à la production domestique. L’Allemagne, malgré son grand marché et sa puissance, a du mal à maintenir une telle adhésion.
- **Un clivage entre petits et grands pays.** Petits pays pour lesquels la coproduction est une nécessité. Grands pays pour lesquels elle relève d’un choix et d’une décision des producteurs autant que d’un besoin plus ou moins grand selon l’accès aux financements nationaux de ce même producteur.
- **Un clivage quant à la raison d’être des mesures de soutien nationales.** Certaines sont d’ordre strictement culturel, d’autres sont d’ordre avant tout économiques (« Venez tourner chez moi, et je contribuerai financièrement

à votre projet »). La plupart des grands pays disposent d'un arsenal de mesures doubles (culturel et économique), mais la coproduction n'en est pas toujours facilitée (complexité opérationnelle des productions sur plusieurs pays). Les dérapages existent avec des coproductions qui perdent leur sens ou avec les « euro-puddings » : ces films où les éléments européens ont été placés pour satisfaire des quotas imposés par telle ou telle réglementation). Ce fut le cas par exemple, du film *Il Postino* de Michael Radford (bien que le film ait bien marché, on le lui a beaucoup reproché), ou d'échecs artistiques et économiques comme *Le prix du désir de Roberto Ando* (2004) avec Daniel Auteuil et Anna Mouglalis, ou *Clara* de Helma Sanders-Brahms avec Pascal Gregory, Malik Zidi, Martina Gedeck (2009).

- Il ne faut pas mésestimer le **handicap de la langue** en ce qui concerne la coproduction, tant du point de vue du rapprochement des professionnels entre eux, que de la langue juridique et de la langue de tournage. La langue du texte initial, qu'il s'agisse d'un livre ou d'un script, détermine les premiers rapprochements entre les professionnels. La langue anglaise est donc favorisée dans l'espace européen.

Concernant toutes les thématiques abordées dans cette enquête, la consultation de l'article « Europe : que peut le cinéma ? » apporte un éclairage intéressant<sup>1</sup>.

## **A - Tour d'horizon des cinémas européens**

En matière de production, de coproduction et de diffusion de films européens, les réalités de chaque pays européen sont bien diverses. Un rapide tour d'horizon permet d'en juger.

### **1 – La Belgique**

La Belgique, pour sa partie francophone bien identifiée, a l'habitude de coproduire avec la France. Bon nombre de producteurs belges importants ont créé leur propre maison de production basée à Paris et/ou entretiennent des rapports « historiques » avec certaines sociétés parisiennes.

La langue française, la proximité géographique et des budgets plus étroits à mobiliser ont naturellement orienté les Belges vers la France. Les Français, eux, ont joué la réciprocité et ont su identifier l'habileté des Belges qui, en tant que petit pays, ont tiré leur épingle du jeu sur l'échiquier des aides européennes. Par ailleurs, produire en Belgique reste moins coûteux que produire en France avec des techniciens de compétences égales.

La production francophone est bien exposée en festival, et en général bien distribuée en France qui a adopté certains cinéastes comme étant les siens : Jaco Van Dormael est produit par Philippe Godeau/Paneuropéenne, Joachim Lafosse est produit par Martine de Clermont Tonnerre/Mact Films, etc.

Du côté flamand, peu de films s'exportent, même si certains films créent la surprise : *La merditude des choses* réalisé par Felix Van Groeningen, produit par Dirk Impens ou *La Mémoire du Tueur* d'Erik Van Looy produit par Erwin

---

<sup>1</sup> Source : « Europe : que peut le cinéma ? », in *La lettre de Confrontations Europe*, oct-déc 2005, n°72 : disponible sur [www.confrontations.org/IMG/pdf/72.pdf](http://www.confrontations.org/IMG/pdf/72.pdf)

Provoost. Ces films sont sélectionnés en festival de classe A, se vendent à l'étranger et réalisent des scores de box office honorables.

## 2 - La Suisse

La Suisse et ses trois langues officielles n'est pas parvenue à tisser les mêmes liens avec la France que la Belgique. Elle n'a pas pu prendre le virage européen comme les Belges l'ont fait car elle n'avait pas accès aux aides communautaires.

Aujourd'hui, le renouvellement des talents suisses est en panne. Le cinéma suisse n'est certes pas mort avec Godard, Soutter, Goretta ou Tanner. Cependant, même si les professionnels parviennent à identifier Lionel Baier ou Ursula Meier (tous deux coproduits par la France), le grand public ne voit pas arriver le nouveau cinéma suisse.

Lionel Baier adapte actuellement un roman suisse, dont les droits étaient détenus par Grasset *Un juif pour l'exemple* de Jacques Chessex. C'est le producteur français, Georges Marc Benamou, avec sa jeune société *Siècle* qui a négocié ce contrat pour la coproduction en place avec le producteur suisse « historique » du réalisateur Robert Boner.

## 3 - L'Allemagne

On assiste depuis quelques années à une remontée en puissance de l'Allemagne qui, désormais, exporte son cinéma auréolé de quelques succès marquants (*Nowhere in Africa*, oscar du meilleur film étranger, *Goodbye Lenine*, *Cours Lola cours* et *La vie des autres*). L'Allemagne a déployé un système d'aides régionales et nationales qui a redynamisé son industrie. C'est certainement le pays européen le plus ouvert en termes de coproduction, notamment avec les pays ouest-européens (France, Belgique, Angleterre) plus qu'avec l'Europe du Nord (Scandinavie) et les pays de l'Est (Pologne, République tchèque, Hongrie, Roumanie, pays des Balkans).

L'accord franco-allemand du 17 mai 2001, relatif au soutien de projets de coproduction cinématographique franco-allemands instaure une aide sélective octroyée, pour sa partie française par la présidente du CNC et pour sa partie allemande, par le Président du Filmförderungsanstalt (FFA) à Berlin, après consultation d'une commission composée de trois représentants français et de trois représentants allemands.

La commission recommande les projets pour l'octroi de l'aide au vu «de leur intérêt commun pour les deux pays» et de leur «contribution à la qualité artistique de la coproduction cinématographique».

La priorité est donnée aux coproductions bipartites France/Allemagne induisant un véritable échange entre les deux pays et un intérêt artistique commun

## 4 - Le Royaume-Uni

Le cinéma britannique a connu et connaît toujours une traversée du désert. Quand en 1992 on produisait 140 long-métrages en France, la Grande-Bretagne affichait 17 productions. En parallèle, le public anglais boudait les salles et en particulier son cinéma national. Les auteurs britanniques ont été lâchés par l'industrie et seule la télévision, principalement Channel 4, la BBC, et le théâtre leur ont permis de continuer à travailler.

Les Anglais ont l'avantage d'intéresser Hollywood qui vient tourner chez eux des films importants mais ont l'inconvénient de voir leurs écrans envahis de



productions américaines. Ils assistent alors à une sorte de « colonisation » de leurs talents. Techniciens, scénaristes, réalisateurs, comédiens se tournent vers l'Amérique avec d'autant plus de facilité qu'ils parlent la même langue, et que la tentation d'Hollywood est toujours présente.

Aujourd'hui, le nombre de long-métrages produits a remonté. La production locale est composée de films d'auteurs dont certains résistent depuis plus de 20 ans : Ken Loach, Stephen Frears, Mike Leigh (pour ne citer qu'eux) rejoints par une nouvelle génération : Dany Boyle, Paul Greengrass ou Sam Mendes entre autres.

Il reste que la Grande Bretagne, et l'Angleterre en particulier, coproduit peu au niveau européen. Les aides disponibles sont difficiles à obtenir, et la désactivation brutale, il y a quelques années, du « sale and lease back » (le « crédit d'impôt » britannique) a porté un coup fatal aux coproductions.

L'**Ecosse** avec de faibles moyens est plus ouverte aux coproductions. Le **pays de Galles** continue d'avoir une politique de production et de coproduction, mais d'abord tournée vers la télévision.

Les professionnels français disent avoir des difficultés à essayer de coproduire avec le Royaume-Uni, même si certains le font, n'hésitant pas, comme Bertrand Faivre, à diriger une double structure Le petit bureau à Paris et The bureau à Londres.

#### **5 - L'Irlande**

La coproduction semble plus simple avec l'Irlande qui dispose d'un dispositif de « tax shelter » hospitalier et récemment augmenté<sup>2</sup>. Depuis janvier 2009, le dispositif, appelé section 481, offre un crédit de 28%, et non de 18% comme auparavant, sur l'ensemble des dépenses éligibles. La définition des dépenses éligibles est beaucoup plus généreuse que dans d'autres pays européens. C'est un système relativement simple à mettre en œuvre et que sa longévité protège.

#### **6 - L'Italie**

La nouvelle vague italienne a du mal à se faire connaître malgré l'identification d'une génération de cinéastes et l'énergie de quelques producteurs. Cette nouvelle vague est officialisée par le retour des films italiens en festivals majeurs et la sortie de films italiens en salles relativement bien exposés sur leur propre territoire comme dans l'espace européen.

Par exemple, *Chaos Calme*, réalisé par Antonello Grimaldi d'après le roman de Sandro Veronesi, *Romanzo Criminale* de Giancarlo de Cataldo adaptation de Michele Placido, ou *Nos plus belles années* de Marco Tullio Giordana ; ou encore récemment autre adaptation *Gomora* de Matteo Garrone d'après le best-seller de Roberto Saviano.

#### **7 - L'Espagne**

L'Espagne ne confirme pas son essor malgré un groupe de réalisateurs internationalement reconnus (Almodovar, Amenabar, De La Iglesias par ex).

---

<sup>2</sup> Ce régime fiscal permet à une société qui investit dans une production audiovisuelle de bénéficier d'une exonération de ses bénéfices réservés imposables à concurrence de 150% des sommes investies dans un film

Certaines adaptations voient le jour mais ne traversent pas réellement les frontières ainsi : *Capitaine Alatriste* de Agustin Diaz Yanes d'après Arturo Perez-Reverte (adapté plusieurs fois, par des réalisateurs espagnols), *Obaba* de Montos Armendariz d'après le roman de Bernardo Atxaga.

La coproduction se situe dans un espace linguistique créant des liens naturels et durables avec l'Amérique latine et centrale dont le cinéma a pris une réelle importance depuis une dizaine d'années, notamment grâce au cinéma mexicain représenté par Alejandro González Iñárritu et Alfonso Cuarón.

Un regard sur la Catalogne doit pourtant être porté car, chose souvent ignorée des professionnels : le catalan est considéré par le CNC comme une langue de France et les films catalans ayant un partenaire français peuvent aller aux mêmes guichets que les films français.

### 8 - Les autres pays européens

Saluons une **Europe de l'Est** où les talents sont nombreux. Parfois les industries sont anciennes et professionnelles comme en **Pologne** par exemple, mais les moyens très limités, même après les succès rapides et incroyables du **cinéma roumain** pour ne citer que lui (par exemple *4 mois, 3 semaines, 2 jours* de Cristian Mungiu).

En **Europe du Nord**, la difficulté réside dans les moyens de production, et dans la diffusion des œuvres. Pour autant, ces dernières années, la **Suède** en particulier, fait figure de champion dans le box office international des adaptations. C'est le cas de l'adaptation pour la télévision des tribulations du détective Wallander (romans de Henning Mankell) ou des romans de Stieg Larsson (*Millenium*).

En Europe du Sud, la **Grèce et Chypre**, ne parviennent pas à s'imposer sur les marchés. Au Portugal on adapte Camilo Castelo Branco régulièrement – Manuel de Oliveira entre autres s'y est essayé – mais les films portugais n'ont pas d'exposition européenne.

### 9 - Les télévisions européennes

Côté télévisions européennes, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel<sup>3</sup> a publié le bilan de ses analyses sur l'année 2009 avec un total de 7 200 chaînes de télévision européennes. Les genres les plus populaires sont les chaînes sportives (38 nouvelles en 2009), suivies des chaînes pour enfants (17 créations en 2009).

La TNT est lancée dans 24 pays et intégralement implantée dans six pays européens où les signaux analogiques terrestres ont été éteints. 730 chaînes sont désormais transmises via les réseaux TNT européens.

La télévision numérique s'est également développée sur les autres types de plateforme, en particulier les plates-formes de TNT payante (6 nouvelles entreprises en 2009), l'IPTV (distribution en mode ADSL qui passe de 68 à 90 opérateurs en un an) ou la télévision mobile. On dénombre plus de 4 000 câblo-opérateurs dans les 29 pays européens considérés.

Ceci dit, il n'y a guère de télévision européenne et les coproductions à l'échelle européenne concernent plus le documentaire que la fiction.

---

<sup>3</sup> <http://www.obs.coe.int>

## **B - La France, un cas à part**

### **1 - Etat des lieux du cinéma**

Côté cinéma, la France est un cas à part. Au delà des statistiques qui annoncent un budget moyen de 6,2 millions d'euros pour un long-métrage français, les réalités sont contrastées. Ce chiffre est en réalité gonflé par quelques superproductions à plus de 20 millions d'euros (dernièrement *Mic Mac à Tire Larigots* de Jean Pierre Jeunet, *Babylon Babies* de Mathieu Kassovitz ou *La Rafle* de Rose Bosch). Le nombre des long-métrages produits avec moins de 2 millions d'euros ne cesse d'augmenter. Les fameux « films du milieu »<sup>4</sup> disparaissent progressivement.

Il faut aussi savoir que, si des chiffres optimistes sont annoncés tous les ans quant à la fréquentation en salles (en 2009 on parle de 200 millions d'entrées soit une augmentation de 5% par rapport à 2008), les entrées se concentrent de plus en plus sur quelques films, qu'ils soient nationaux ou internationaux (et généralement américains). Plus d'entrées pour moins de films est une réalité qui a ses répercussions sur la production, surtout lorsqu'on sait que le film français se vend moins bien à l'étranger qu'autrefois.

### **2 - Télévision et adaptation en France**

La télévision en 2009 en France semble avoir été encore plus durement touchée que le cinéma par un glacié de décisions bloquant les projets. Les maisons de production disent avoir beaucoup souffert d'un attentisme faisant chuter l'activité et leur chiffre d'affaires. A la télévision, en Europe, la concurrence avec les séries américaines ou autres, qu'on adapte ou pas, est sévère.

En France, il est clair qu'on peut parler de recul de l'adaptation littéraire au profit de ces nouveaux formats et genres télévisuels à part entière, sans compter la télé réalité qui a pris une place dans les grilles. Aussi la télévision française se réfugie-t-elle en matière d'adaptation sur des « valeurs sûres » voire des remakes d'œuvres déjà adaptées au petit écran et/ou suit l'actualité de l'anniversaire de la mort d'un écrivain par exemple, ce qui n'est pas un réflexe du cinéma.

Ainsi, la télévision revisite ses classiques selon un cycle de 15-20 ans n'hésitant pas à faire renaître *Les Thibault* ou *Les Rois maudits*, ou même plusieurs titres d'un même auteur (Maupassant ou Boileau Narcejac par exemple).

Depuis longtemps et à l'inverse du cinéma, la télévision cherche plus dans les œuvres classiques que dans les romans contemporains la source de ses prochains programmes. Dans ce contexte, le prochain FIPA 2010, avec son invité d'honneur Benoît Jacquot (grand champion de l'adaptation au petit ou grand écran), a ouvert le bal avec la diffusion *Des Faux Monnayeurs* avant sa diffusion sur France 2.

TF1 n'affiche pas une politique éditoriale particulière en faveur des adaptations, mais elle en génère évidemment et celles réalisées par Josée Dayan concernaient des œuvres de patrimoine (Dumas, Hugo...) qui étaient plus le terrain du service public.

---

<sup>4</sup> [www.afcinema.com/Le-groupe-des-13-presente-son.html](http://www.afcinema.com/Le-groupe-des-13-presente-son.html)

En 2006, quand Patrick de Carolis, alors à la tête de France Télévision, décidait de prendre un virage éditorial et stratégique, on peut dire que l'adaptation littéraire à la télévision fut considérée comme un moyen de « culturaliser » ce media. Le rôle joué par le service public permettant de faire découvrir ou redécouvrir grands auteurs et grandes œuvres. Ici, le modèle de la BBC est cité en exemple, chaque pays étant enclin à travailler sur son patrimoine national, même si en France on n'hésite pas à adapter Dickens ou Tolstoï, à côté de Beaumarchais, Molière ou Eugène Sue.

Seule Arte semble plus facilement alterner les adaptations de romans du patrimoine et d'œuvres contemporaines. On se souvient d'un côté du succès de l'adaptation de *L'Amant de Lady Chatterley* de DH Lawrence par Pascale Ferran tant au cinéma que dans sa version télévisuelle, mais aussi de son soutien, via sa filiale cinéma, à des œuvres contemporaines comme celle de Houellebecq ou Beigbedder.

Enfin, la télévision exploite plus systématiquement que le cinéma les **œuvres de jeunesse** adaptées soient en prise de vue réelle (rarement), soit en animation, en particulier pour des séries. L'animation offre un terrain de coproduction plus facile que la fiction classique.

Ici, les producteurs savent que certains éditeurs dotés de l'outil nécessaire essayeront de se positionner comme partenaires et non comme seuls cessionnaires de droits. C'est le cas de Dargaud, par exemple, via sa société de production *Dargaud-Marina* ou de Dupuis via *Mediatoon* ou via sa joint-venture avec la RTBF (radio télévision belge).

## C - Adaptation littéraire en Europe

### 1 - L'adaptation littéraire au cinéma : les chiffres

Concernant l'adaptation littéraire, nous ne disposons d'aucune base de données officielle sur les films finis et sortis en salles ou sur petit écran, encore moins des projets, mais nous pouvons regarder la proportion des films présentés aux césars, soit la production française de l'année.

En 2009, sur 188 films français sortis césarisables, 36 films sont des adaptations. Cette relative bonne santé, à la fois en nombre de films produits et nombre d'adaptations, reste assez limitée à la France.

Il est plus difficile d'établir ces chiffres pour l'European Film Awards. Cette année, deux adaptations remarquées étaient en compétition : *The Reader* de Stephen Daldry, adaptation en langue anglaise du roman allemand de Bernard Schlink et *Slum Dog Millionnaire* de Dany Boyle, adaptation du roman indien de Vikas Swarup.

Et si on en juge par le numéro spécial d'*Ecran Total* de décembre 2009 qui annonce les projets cinéma et télévisuels pour l'année 2010, voici ce que nous trouvons : pour le cinéma, sur 723 projets annoncés, 98 seraient des adaptations. Pour la télévision, sur 308 projets annoncés 36 seraient des adaptations<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Il faut noter que seuls les producteurs qui souhaitent annoncer leurs projets sont présents dans ce dossier spécial. Il y a donc des chances que d'autres projets non annoncés, en télévision comme au cinéma, soient des adaptations

Il est donc difficile, en l'absence de statistiques officielles, de dire si ceci dénote une tendance à la hausse, à la baisse ou au maintien du nombre des adaptations au regard du chiffre global des productions françaises.

Concernant l'ensemble de la production européenne, il est à noter que certains genres passent bien les frontières tandis que d'autres, comme la comédie, s'exportent mal. Or, le genre le plus prisé en matière de gros budget est justement la **comédie**. Les professionnels du cinéma cherchent donc peu dans la littérature pour ce genre et préfèrent faire écrire. En dehors de **la BD**, seul **le théâtre** est envisagé comme source possible de sujets pouvant devenir une comédie pour le cinéma. Mais les textes des dramaturges sont moins explorés que le roman, la plupart des achats de droits de pièces sont liées aux représentations auxquelles des producteurs, ou réalisateurs assistent.

La grande nouveauté semble être l'intérêt grandissant pour la **non-fiction** et tous les genres autres que le roman : nouvelle, théâtre, BD évidemment, biographies. Mais il est probable que ce qui a le plus évolué ces derniers temps n'est pas la curiosité pour tel ou tel genre de littérature ou d'auteur. Ce serait plutôt la diversification des professionnels de l'audiovisuel ayant la volonté de démarrer leur entreprise audiovisuelle ou cinématographique par la rencontre avec un texte publié.

Les évolutions du secteur audiovisuel sont également déterminantes, tant du point de vue des formats que du langage de l'image, des sources d'inspiration et de la diffusion même des images. Depuis quelques temps déjà, la demande pour l'animation s'est faite entendre, mais c'est désormais pour la 3D par exemple qu'il s'agirait de réfléchir. Les scénaristes habitués à la commande n'ont pas forcément la grammaire des nouveaux médias, des nouveaux supports ou de ce que les nouvelles techniques permettent de réaliser. De nouvelles niches sont donc à explorer, de nouvelles façons de faire sont à inventer pour un marché en pleine évolution, où les talents européens ont, moins qu'il y a vingt ou trente ans, la tentation d'Hollywood

## **2 - Adaptation littéraire à la télévision : les tendances**

Qu'il s'agisse de la France ou de nos voisins européens, la concurrence des programmes américains est forte. Quoi qu'il en soit quand la télévision n'exploite pas des programmes étrangers, elle est souvent tournée vers des sources d'inspiration locales et ceci est sensible que nous parlions de sujets dits originaux ou d'adaptations littéraires.

Ces choix ne favorisent pas la coproduction européenne. Des œuvres françaises de patrimoine sur les chaînes françaises, des œuvres italiennes en Italie, allemandes en Allemagne et ainsi de suite.

A l'intérieur même des régions, la Catalogne par exemple vient d'adapter l'auteur contemporain catalan Jaume Cabre *Les veus del Paman* en miniséries, quand la télévision espagnole soutient une littérature de patrimoine.

### III – La phase de prospection : pièges et facilitateurs

#### A - Comment repérer les producteurs ?

Repérer les producteurs est un peu moins facile que de repérer les éditeurs car peu ont des lignes éditoriales définies. Connaître leur actualité et vérifier les informations les concernant est assez aisé. Grâce en particulier au site d'Unifrance<sup>6</sup> pour leurs coordonnées y compris les professionnels étrangers et les films produits à ce jour et grâce au *Film Français* pour l'actualité des sociétés de cinéma, ou encore *Ecran total* pour le cinéma mais surtout pour la télévision.

Pour ces deux publications, les numéros spéciaux de la fin de l'année ou avant le festival de Cannes ou les MIP-TV font état des projets en cours ou à venir (le fameux « line up »).

Chaque pays doté d'une presse spécialisée fait paraître des numéros spéciaux à l'approche des grands festivals/marchés ; des renseignements utiles se trouvent également dans les éditions spéciales de *Variety* et *Hollywood reporter*.

Dans les principaux festivals et marchés, chaque pays ou presque est représenté, sur un stand ou à défaut sur le stand *Media* pour les Européens. Des catalogues présentant les sociétés de production et leurs projets y sont disponibles gratuitement. Internet est un bon relais car la plupart des maisons de production ont un site et au besoin le site des institutions locales est toujours accessible au moins en anglais.

#### 1 - Où repérer les producteurs européens ?

Repérer des producteurs européens parmi d'innombrables maisons de production dont on n'a jamais entendu parler, dont on ne connaît pas la réputation, la solvabilité, est bien aléatoire. Aussi peut-on s'appuyer sur des personnes ressources ou les responsables de programmes européens qui les connaissent bien.

Les initiatives citées ci-dessous font paraître régulièrement des documents qui présentent les producteurs européens, leur profils, leur ligne éditoriale, leur projets voire leurs attentes.

- **Le Producers Network<sup>7</sup> à Cannes.** Créé en 2004, le Producers Network fédère chaque année 500 producteurs autour d'enjeux propres à leur métier. Véritable accélérateur de projets, c'est aussi un tremplin idéal pour les coproductions internationales. Son programme original (petits-déjeuners, speed datings, happy hours) donne à ses participants les clés indispensables pour évoluer dans un marché à la fois dynamique et concurrentiel. Adossé au plus gros marché du film européen, le Producers Network s'est imposé en quelques années. Ce rendez-vous ne cesse de se renouveler avec un prolongement en ligne toute l'année grâce à son réseau

---

<sup>6</sup> <http://www.unifrance.org/>

<sup>7</sup> [www.marchedufilm.com](http://www.marchedufilm.com)

communautaire : cinando.com. Sa responsable, Julie Bergeron, est ouverte aux propositions innovantes. Dans cette optique, il est possible d'imaginer une présentation d'un « Publishers Network » lors d'un petit-déjeuner cannois.

- **L'Atelier du Cinéma Européen (ACE)<sup>8</sup>** : Atelier de formation, réseau actif et évolutif de producteurs, créé en 1993 à l'initiative de producteurs européens chevronnés qui ont décidé de mettre en commun leur savoir-faire et leur expérience pour en faire bénéficier la génération montante européenne et faire avancer la cause du cinéma indépendant. L'ACE est devenue une entité facilitatrice en matière de coproduction, de circulation de l'information et des talents, des savoirs faire et des projets. Basé à Paris, leur bureau peut fournir des renseignements très utiles sur les producteurs qui sont passés chez eux, à savoir plus de 200 à ce jour. Sophie Bourdon, la directrice de l'ACE, pourrait se montrer intéressée par une initiative ponctuelle concernant l'adaptation littéraire et la circulation des livres susceptibles d'être adaptés dans l'espace européen.
- **Le Club des producteurs européens<sup>9</sup>**, lancé en 2005 au festival de Cannes, a fait figure de pionnier. Il a bénéficié d'aides européennes et s'est constitué comme groupe d'influence visant à faciliter la coproduction entre Européens et de l'Europe avec les autres continents. Son siège est à Paris, mais son action est moins lisible que celle des deux entités précédemment citées.

Les producteurs ont des rendez vous annuels : que ce soit via la formation – European Audiovisual Entrepreneurs<sup>10</sup>, Ateliers du Cinéma Européen – ou au sein des festivals sous forme d'ateliers (souvent nommés Lab/laboratoires) ou de rencontres – Cinémart à Rotterdam qui fit longtemps figure de pionnier et qui a réuni 900 professionnels en janvier 2010, Producers Network à Cannes, Berlinale Coproduction Market à Berlin, Forum francophone de la production de Namur...

Chaque événement donne lieu à l'édition d'une brochure listant les producteurs inscrits, donnant parfois quelques précisions sur les projets développés, les lignes directrices des sociétés en matière de production.

Il convient de repérer les producteurs européens quand ces événements sont internationaux et de les contacter individuellement.

Autre solution possible : envisager une action collective à mettre en place en amont avec les organisateurs de ces rencontres professionnelles, d'autant que ces initiatives sont plus ou moins concurrentes et cherchent des moyens de se distinguer.

---

<sup>8</sup> Ateliers du Cinéma Européen - 8, rue Mayran 75009 Paris France - <http://ace-producers.com>

<sup>9</sup> European Producers Club - 18 rue de Vienne 75008 Paris - [www.europeanproducersclub.org](http://www.europeanproducersclub.org)

<sup>10</sup> [www.eave.org](http://www.eave.org)

## 2 - Comment aborder les producteurs européens ?

Souvent, pour un producteur, se positionner sur un roman est lié à un coup de cœur ou une opportunité et rarement à une recherche spécifique qu'il a peu le temps de mener et qu'il hésite à confier à d'autres car la démarche est aléatoire. D'autre part, une fois intéressé par un roman, il ne sait pas si le titre est encore disponible, ni accessible financièrement pour lui.

Pour le cinéma, le premier écueil consisterait à proposer aux producteurs des projets dans la lignée de ce qu'ils ont déjà produit alors qu'eux souhaiteraient passer à autre chose. Pour la télévision ce serait de ne pas tenir compte de ce que les diffuseurs nationaux attendent.

D'autre part, tous les projets annoncés sur les sites Internet ou dans la presse spécialisée, même une fois signés, ne se feront pas forcément. Il est donc difficile de savoir ce qu'un producteur prépare réellement et ce dont il pourrait avoir besoin ou envie.

Dans ces conditions, même si l'on ne peut pas connaître tout le monde et encore moins avoir des rapports privilégiés avec chacun, faire une démarche ciblée quand une production précédente vous a séduit peut être une bonne entrée en matière pour établir le contact. On peut reprendre la même approche pour la télévision. Se référer à une œuvre audiovisuelle qui vous a plu pour aller vers son producteur ou son diffuseur est une bonne démarche.

### Améliorer la communication entre acteurs de l'audiovisuel et de l'édition

Il est important, lorsqu'une option n'est pas levée, que les producteurs qui avaient manifesté un intérêt pour l'ouvrage auprès de l'éditeur en soit informés, car le temps passant, ils ne penseront pas à aller chercher l'information, or leur désir peut toujours être là. Communiquer cette information peut faire gagner du temps à l'éditeur : en frappant à ces portes-là, il sait que le livre a déjà été lu et apprécié. Bien sûr, beaucoup de maisons d'édition n'hésitent pas à communiquer la nouvelle situation, mais parfois l'information ne suit pas.

L'idéal, pour l'éditeur, serait de pouvoir connaître ce qui s'est passé, en termes de développement, pendant les mois de l'option, mais ces informations ne sont pas souvent communiquées, et elles restent (à tort ou à raison) confidentielles.

De la même manière, quand un éditeur a l'impression que le projet audiovisuel stagne faute d'un réalisateur attaché ou parce que le réalisateur s'est retiré, même si cela peut être parfois délicat, il serait judicieux qu'il dise par qui il a été contacté. Ainsi, même si cela reste très hypothétique, l'éditeur peut essayer de créer une sorte de mariage entre le producteur sans réalisateur et le réalisateur ayant suffisamment apprécié l'œuvre pour l'avoir exprimé.

Cas de figure d'un roman acheté sans réalisateur attaché.

Se souvenir du cas d'école d'*Un long dimanche de fiançailles*, dont les droits étaient détenus par les américains (Warner Brothers) depuis des années. Jean Pierre Jeunet s'y intéresse, l'affaire se conclue sans qu'évidemment Warner n'ait cédé ses droits au réalisateur ou à un producteur français susceptible d'être repreneur.



Lorsqu'un livre est déjà sous option côté européen, il est toujours possible d'attendre que celle-ci tombe, mais quand les droits sont détenus par les Américains, tant qu'ils n'ont pas de réalisateur désigné, il est toujours possible de les approcher quand on est réalisateur soit même, évidemment d'une certaine notoriété.

Si un producteur européen avait détenu les droits de ce roman, il est probable qu'il aurait choisi de rétrocéder ses droits à la société de Jean-Pierre Jeunet ou à une autre société française susceptible de les lui racheter. Et comme le sujet était très franco-français sans doute n'aurait-il pas essayé de se positionner en coproduction encore moins en production tout court.

Les Américains ont accepté que Jean-Pierre Jeunet tourne le film en français, ce qui était une demande expresse de sa part, dans l'idée d'ouvrir une brèche dans le système de financement français via leur filiale basée à Paris.

### Des griefs qui demeurent d'une profession à l'autre

Ces dernières années ont vu naître de véritables efforts pour tisser des liens durables, plus ou moins *intuitu personae* entre les maisons d'édition et les maisons de production. Une meilleure compréhension mutuelle s'est instaurée, des passerelles se sont solidifiées. Pourtant, les griefs demeurent d'une profession à l'autre, tels que :

- Côté producteurs : « Nous recevons spontanément des romans qui ont peu de chance de nous intéresser parce que : soit ils nécessitent a priori des budgets qui ne sont pas compatibles avec notre maison de production ou l'économie du cinéma de notre pays, soit parce qu'ils ne correspondent pas à notre ligne éditoriale, soit parce que nous ne les jugeons tout simplement pas adaptables ».
- Côté éditeurs : « Les producteurs ne lisent pas, voire ne savent pas lire, et en tous état de cause ne donnent pas ou peu de retour sur leur lecture ».

Les éditeurs doivent garder en tête que « savoir lire » pour un producteur revient à savoir apprécier une œuvre suffisamment pour passer entre 3 et 5 ans de sa vie à en faire une œuvre cinématographique et à peine moins pour une œuvre télévisuelle. Il est évident que dans ces conditions, on est loin de l'achat d'impulsion, exception faite des best-sellers ou d'auteurs à succès dont on se dispute les romans, parfois même avant de les avoir lus.

Que les producteurs soient peu nombreux à faire un retour sur les ouvrages qu'ils ont pourtant souvent demandés aux éditeurs est aussi une réalité désagréable qui peut s'éclairer ainsi :

- Le producteur a cru voir dans un ouvrage l'objet de son désir, soit grâce à la 4<sup>ème</sup> de couverture, soit grâce à un pitch, ou à une discussion avec une interface chez l'éditeur, ou à la presse. Si en lisant – quelles que soient les qualités du livre – il ne trouve pas ce qu'il cherchait, il ne parlera plus de l'ouvrage et surtout pas avec quelqu'un qui le représente. Il cherche ainsi à préserver son temps, mais aussi son énergie car il craint qu'on n'essaye de le convaincre à tout prix.
- Il faut garder en mémoire que beaucoup d'interlocuteurs dans l'audiovisuel pensent ne pas détenir « les bons outils » pour parler d'un livre : donc ils s'abstiendront de le faire surtout vis à vis de l'éditeur ou de l'auteur. Ceci peut évidemment entraîner des déceptions et aussi une lassitude de la part des responsables de droits, mais il convient de passer outre.

Un autre grief plus marginal des professionnels de l'audiovisuel vis-à-vis de l'édition est de ne pas se sentir épaulés lorsqu'un titre les intéresse mais que la maison d'édition concernée ne détient pas ou plus les droits audiovisuels. Il est vrai que dans certains cas, ce sont des agences qui gèrent les droits audiovisuels de romans étrangers, dans d'autres cas, ce sont les auteurs qui détiennent leurs droits et cette diversité rend parfois la tâche très difficile pour les producteurs/réalisateurs dans la phase de prospection ou de négociation. A la décharge des éditeurs, si ceux-ci ne relaient pas l'information c'est, soit qu'ils ignorent qui détient exactement les droits de certains romans traduits ou déjà vendus pour l'audiovisuel, soit tout simplement, par manque de temps.

Ceci crée, pour les producteurs, le sentiment d'être livrés à eux-mêmes. La recherche des droits et leur négociation sont alors, presque toujours, confiées à des avocats, ce qui a deux inconvénients : d'une part le coût et d'autre part le fait que, dans cette configuration, l'aspect business et purement contractuel sera privilégié au détriment de la discussion sur l'ambition et l'œuvre visée à terme.

Enfin, les professionnels de l'audiovisuel ont trop souvent l'impression qu'on essaie de faire monter les enchères en « inventant » parfois une concurrence. Bien sûr, ils savent que certains auteurs ou titres des diverses rentrées littéraires vont faire s'agiter des confrères, mais ils ont peine à croire que plusieurs demandes se fassent en même temps sur un titre un peu plus ancien. Ainsi, il leur arrive de perdre une occasion car ils ne croient pas vraiment à l'argument de la concurrence.

## **B - Approcher d'autres professionnels ?**

### **1 - Approcher des réalisateurs**

Dans la phase de prospection, il n'y a pas que les producteurs qui peuvent être approchés. Approcher des réalisateurs est aussi possible. Ceci n'est pas nécessairement plus aisé, car la part de subjectivité qui préside à leur décision de choisir un sujet plutôt qu'un autre est importante. Mais ils restent évidemment des clients potentiels de choix et à un certain niveau de notoriété, tout réalisateur européen peut se lancer dans la démarche d'acquérir des droits.

Par le biais de petites sociétés de production qu'ils montent comme outil de travail, les réalisateurs peuvent se porter acquéreurs d'options en direct. Ceci implique :

- qu'ils aient des fonds personnels et sachent mener une négociation ou qu'ils puissent la déléguer à un tiers.
- qu'ils puissent se lancer dans un premier jet d'adaptation seuls, car ils ont (sauf exception) rarement les moyens de payer un scénariste en plus des droits et de leur « manque à gagner » relatif au temps passé au premier travail de développement qu'ils ont décidé d'assumer.

- qu'ils aient un accès assez simple à des décisionnaires pour pouvoir être lus et reçus par les bonnes personnes.
- qu'ils aient du temps à consacrer à cette entreprise sans quoi l'option risque de leur échapper sans qu'ils aient eu le temps d'en faire quoique ce soit de signifiant professionnellement.

Dans ces conditions, la question du « jeune réalisateur » reste entière. En effet, bon nombre de jeunes réalisateurs rêvent d'adapter au cinéma telle ou telle œuvre mais ils n'en n'ont tout simplement pas les moyens. Sans financement ou avec des financements publics qui leur sont destinés, mais qui ne prévoient guère de prendre en considération le prix d'une option sur une œuvre littéraire, ils sont contraints d'écrire leur premier long métrage dit « œuvre originale »

Voici un cas d'école récent particulièrement bien compris et géré par Joëlle Bouhout aux éditions du Seuil. Un réalisateur, Damien Peyret, ayant fait jusqu'ici du documentaire et de la publicité, par ailleurs photographe, tombe amoureux d'un roman d'Hubert Mingarelli, *La beauté des Loutres*. Son premier réflexe est de venir chez Initiative Film valider son intuition d'en faire un long-métrage. Ce travail lui a permis de vérifier l'adaptabilité mais aussi l'équation entre ce roman, son adaptation possible à ce moment précis de sa carrière. *La beauté des Loutres* lui semble correspondre tant à son ambition artistique qu'à son souci de pouvoir faire un film dans une économie très serrée.

Il est important de souligner que ce qui a rendu crédible le réalisateur dans cette démarche, c'est qu'il a assumé ses responsabilités en réunissant une somme d'argent, si petite soit elle, et qu'il a avancé son travail (exploration du roman, premier travail d'écriture d'une version 1 de script). Il est naturel que, dans le cas contraire, et pour tout ceux qui arrive auprès d'un éditeur pour disposer d'une option « gratuite » en ne donnant pas les garanties qu'un réel travail va être investi, les éditeurs les plus ouverts deviennent réticents.

Ce petit roman basé entièrement en région Rhône Alpes curieusement est un « objet » de coproduction parfaitement cohérent. En effet, au vu de l'économie minimaliste qu'il nécessite, les fonds interrégionaux qui existent entre la région Rhône Alpes et la région vaudoise, font « naturellement » entrer la Suisse dans la coproduction. Un producteur suisse a déjà manifesté un intérêt en la structure de Nicholas Peart Nva 21 ; basée à Genève, reste que le producteur français doit être trouvé pour que la coproduction se mette en place.

## 2 - L'acteur, l'actrice à l'origine d'un achat de droit

En Europe, cela reste exceptionnel, mais cette pratique se généralise aux Etats-Unis. Il est donc probable qu'elle arrive jusqu'à nous.

Cependant, très peu de comédiens peuvent se montrer prescripteurs en la matière. Même s'ils ont envie d'incarner le rôle principal, et que prendre une option sur l'ouvrage est un gage manifeste de leur désir, s'ils ne figurent pas dans la courte liste de ceux qu'on qualifie de « bankables », il est rare que le projet puisse se faire. En revanche, quand on connaît la difficulté à monter un film sans casting, pour peu que l'acteur en question soit connu et veuille incarner le rôle principal, son adhésion au projet est déterminante.

Si les acteurs, en France et en Europe en général, sont encore peu nombreux à se positionner comme acquéreurs de droits, leur curiosité augmente et ils se positionnent de plus en plus comme incitateurs vis-à-vis des réalisateurs mais surtout des producteurs, n'hésitant pas à leur transmettre un roman dont ils aimeraient interpréter le rôle de tel ou tel personnage. Quand ils sont acteurs et

réalisateurs, comme Michel Blanc, c'est en tant que réalisateurs/trices que leur démarche est identifiée (qu'ils jouent ou non dans leur propre film).

Toutefois, les éditeurs pourraient démarcher plus souvent les acteurs, car même s'ils n'acquièrent pas les droits, ils restent de bons vecteurs pour faire connaître un roman et son potentiel dans la profession. Les agents de comédiens ne sont pas véritablement équipés pour gérer ce nouveau type de démarches, mais ils sont peut-être des interlocuteurs à considérer.

## **C - Comment présenter son ouvrage ?**

### **1 - L'importance du « sur-mesure »**

Souvent, les éditeurs s'interrogent sur l'à-propos d'envoyer spontanément des livres aux maisons de production ou aux réalisateurs. Certes, il y a peu de chances que des projets naissent ainsi, mais ceci crée une sorte de lien qui, indéniablement, a son importance. Il est fort probable que les réalisateurs européens soient touchés et flattés par une démarche vers eux, mais il ne s'agit que d'une façon d'occuper le terrain. Ensuite, il est nécessaire d'établir un contact et d'assurer un suivi de ces envois.

L'envoi de livres non ciblés est aussi une façon de rappeler aux producteurs qu'il y a une manne de sujets à portée de leur main, mais cela ne suffit pas – sauf hasard – pour les séduire sur un titre en particulier. Rien ne remplace les rapports privilégiés que les responsables de droits peuvent entretenir avec une maison de production à qui seront envoyés des titres plus ciblés que les dernières nouveautés.

Pour le cinéma, donner l'impression de faire du sur mesure est nécessaire. Un producteur de cinéma qui a l'impression qu'il a reçu le même ouvrage que 50 de ses collègues ne considérera pas la proposition de la même façon que s'il pense qu'elle s'adresse vraiment à lui. On peut, bien sûr, sur quelques titres par an, jouer sur la concurrence qui fait naître des appétits, mais ceci reste marginal.

En revanche, pour la télévision, où les mentalités et les besoins sont différents, la technique du pitch comme moyen d'attirer l'attention sur des titres et entraîner des achats de droits semble mieux appropriée et plus efficace que pour le cinéma.

La notion de sur-mesure, où que l'on se situe en Europe est la marque du cinéma. Le prêt-à-porter serait d'avantage celle de la télévision qui n'a pas les mêmes contraintes.

### **2 - La présentation de l'ouvrage sous forme d'argumentaire ou de pitch**

La plupart du temps, les producteurs font lire en interne ou par des lecteurs externes, scripts et livres. Aussi, envoyer **un bon argumentaire et un résumé** en même temps que le livre facilite le travail du lecteur (qui peut alors se concentrer

sur son commentaire). L'éditeur est aussi rassuré sur la façon dont l'histoire va être résumée si lui-même dispose d'un bon document qui ne saurait se limiter au « pitch » que même les aficionados jugent comme insuffisant pour motiver une lecture.

L'argumentaire peut-être envoyé à un réalisateur à condition toutefois de connaître son œuvre antérieure et de savoir faire le lien avec celle-ci. La lecture d'interviews récentes peut être une bonne indication de son champ d'investigation. Mais la limite de ce travail est sans aucun doute le temps qu'il faut investir pour que cette démarche soit cohérente et ait des chances d'aboutir.

En dehors des pays francophones, la traduction du pitch ou de l'argumentaire est nécessaire. D'ailleurs pour le pitch, il est probable que celui-ci doive être rédigé directement en anglais car le format du pitch s'adapte mal à la traduction et les Anglo-Saxons n'ont pas la même manière de les rédiger. L'Europe du Sud n'a pas le même rapport aux pitches et les producteurs de ces pays préfèrent être démarchés sur un long synopsis ou une note d'intention.

On peut miser sur la sortie imminente du **roman en traduction** dans le pays du producteur visé pour le contacter en lui signalant à l'avance que l'ouvrage est en cours de traduction et qu'il sortira bientôt. Ainsi, par exemple, on peut attirer l'attention d'un producteur espagnol sur un roman français, en lui annonçant sa parution en traduction. L'envoi du pitch d'un roman qui est en cours de traduction aurait la même fonction que le teaser ou la bande annonce, pour le film. Il faut alors faire l'effort d'envoyer un long résumé (5 à 10 pages) et indiquer si l'ouvrage est en négociation pour être publié ailleurs et s'il sera accessible dans la langue maternelle du producteur ou du réalisateur.

Selon la même logique, l'envoi d'épreuves n'a de sens que si la personne a compris que, grâce à ce procédé, elle peut « battre de vitesse » ses concurrents. Cette démarche concerne peu d'œuvres et peu de professionnels de l'audiovisuel, car, rares sont ceux qui peuvent conclure rapidement. D'autre part, un roman sous sa forme définitive, objet fini par excellence, séduira toujours plus que sous forme d'épreuves.

L'éditeur peut aussi imaginer **une démarche plus globale** sur un catalogue, un choix d'œuvres ou d'auteurs. Certains titres peuvent être isolés, chaque année, du catalogue des éditeurs comme jugés plus adaptables en coproduction ou dans un pays européen

De manière générale, il est important de noter le nombre de traductions existantes ou en cours, même si cette information n'est utile et demandée finalement que lorsque le producteur est déjà intéressé et pense à la coproduction, voire à la diffusion du film à venir.

A en juger par les rares ventes de titres français à des Européens, il semble que le facteur déterminant en matière de vente de droits d'œuvres françaises en Europe réside dans la **notoriété de l'auteur** dans le pays acquéreur. Capitaliser sur la réputation d'un auteur français, dans un pays donné, est donc une façon cohérente de procéder pour toucher les producteurs du pays en question.

Dans le cas des *Particules Élémentaires* de M. Houellebecq, Cécile Grenouillet, des éditions Flammarion, explique que l'auteur est très apprécié en Allemagne et que cette notoriété a conduit un producteur allemand à négocier les droits de l'ouvrage. Cas de figure intéressant, puisque la société française Mandarin s'était positionnée sur ce titre mais que les Allemands ont « gagné la partie ». *Elementarteilchen* d'Oscar Roelher est un film allemand, sorti en France en 2006 de façon confidentielle.

Chez Albin Michel, le sentiment est partagé par Marie Dorman : c'est bien la notoriété d'un auteur dans un pays donné qui permet d'être approché et d'approcher des producteurs locaux.

Elle cite ainsi la notoriété de Françoise Dorner en Allemagne, qui lui a permis de céder les droits d'un roman *La douceur assassine* à un producteur allemand pour être tourné en allemand et totalement transposé en Allemagne.

Lorsqu'un éditeur français détient les droits audiovisuels d'un auteur étranger « à la place » de son éditeur d'origine, l'information mérite d'être communiquée car un producteur européen ne s'attend pas à trouver les droits d'un auteur finlandais chez Denoël comme ce fut le cas pour Arto Paasilina par exemple.

### 3 - Actualité et prix littéraires

Si la presse littéraire est de peu d'influence sur la prise de décision d'acquérir les droits pour l'audiovisuel, il est cependant judicieux de joindre les bons articles qui peuvent motiver une lecture. Si l'auteur est déjà connu dans le pays européen que l'on démarque, il peut s'agir d'articles sur le roman précédent.

L'actualité littéraire est généralement assez bien identifiée et les auteurs très régulièrement adaptés sont lus sur épreuves par ceux susceptibles d'acquérir les droits de leur œuvre. Mais comme l'évolution de la presse le montre, on ne parle en général que de d'un pourcentage limité de nouveautés. Aussi, les professionnels de l'audiovisuel font ils souvent de la surenchère sur une vingtaine de titres par an passant à côté d'œuvres moins médiatisées qui pourraient tout autant les séduire.

Quant aux prix littéraires, les producteurs savent que seul un prix ou deux comptent vraiment pour que la notoriété d'un livre ait un impact sur le futur film. Un producteur pourra être impressionné positivement par le fait qu'un livre ait reçu une distinction. Mais mis à part pour le Goncourt, il ne sera pas enclin à en tenir compte dans la négociation. Dans la négociation, le tirage compte plus que le prix littéraire car il permet de sentir le taux de « pénétration » d'un livre vis à vis d'un public et sert d'argument vis-à-vis des diffuseurs et du distributeur. D'autre part, au niveau européen, un prix littéraire français n'aura de « valeur » que si l'acquéreur vise la coproduction.

## C - Les systèmes d'aides et de subvention

L'Europe s'est dotée d'outils pour créer des liens entre les professionnels qui désormais, accèdent à des programmes de formation communs, construisent des réseaux, disposent d'un système de financements publics transnational. Or, le cinéma européen a bien du mal, en dehors des festivals, à circuler au sein même de l'Europe et à fortiori hors du continent.

Il n'est pas aisé de se repérer dans le dédale d'aides européennes, nationales, transnationales ou régionales, même pour les professionnels de l'audiovisuel. Si les éditeurs devaient mieux connaître les aides, ils devraient s'intéresser à celles qui concernent plus directement les adaptations, voire être le moteur de la création de certains fonds spécifiques qui auraient, sans aucun doute, un impact positif sur le volume des options et des achats de droits.

Les aides européennes, Media pour le développement et la distribution, Eurimage pour la production, n'ont pas gommé les inégalités qui existent entre les pays européens en matière de financement public mais elles sont une source accessible à tous les pays membres (en plus de la Suisse).

Les sites Media<sup>11</sup> sont de bons relais d'informations et chaque pays, voire chaque région importante dispose de son propre bureau et d'une plateforme de renseignements utiles. Les aborder sur de la prospection impliquerait de respecter un calendrier espacé des grandes dates de festival où, en général, les responsables sont très occupés (le calendrier des festivals européens et internationaux est accessible sur le site d'Unifrance film).

Si l'on parle d'adaptation, un programme Media dévolu à l'adaptation littéraire a réuni pendant 4 ans dans le Sud de l'Italie et à Séville, producteurs et auteurs disposant d'une option sur une œuvre littéraire. Ce programme *Mediscript*, initiative française, visait à mélanger professionnels européens des deux rives : audiovisuel et édition, et à réfléchir ensemble à l'adaptabilité des romans apportés par les professionnels et leur positionnement sur le marché. Aujourd'hui, plus spécifiquement lié à l'animation, à *la poudrière*<sup>12</sup>, un programme Media vise à soutenir l'adaptation d'œuvres littéraires pour l'animation pour la télévision.

Côté français, concernant les aides nationales, le site du CNC est particulièrement bien conçu ; pour les aides en région le site du Centre Image<sup>13</sup> donne aussi un cadre clair à ce qui est proposé. Certaines de ces aides concernent la coproduction, européenne en particulier. De plus, sur le site du CNC, les accords de coproduction sont listés et détaillés.

---

<sup>11</sup> [http://ec.europa.eu/information\\_society/media/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media/index_fr.htm)

<sup>12</sup> La Poudrière - La Cartoucherie, rue de Chony - 26500 Bourg lès Valence, France - [contact@poudriere.eu](mailto:contact@poudriere.eu)

<sup>13</sup> [http://www.centreimages.fr//production\\_guide.php](http://www.centreimages.fr//production_guide.php)

L'ouvrage anglais *The Film Finance Handbook: How to Fund Your Film*<sup>14</sup> reprend les aides accessibles sur l'ensemble du territoire européen. Les publications régulières des éditions Dixit<sup>15</sup> sur la production cinéma et télévision ou plus directement sur les aides sont également à consulter.

L'accessibilité de ces aides est malheureusement truffée de restrictions et pour savoir qui peut bénéficier de quoi, il conviendrait d'avoir des informations précises difficiles à obtenir.

L'initiative très utile que pourraient avoir les professionnels du livre et qui servirait de facilitateur dans les démarches, serait d'éditer un ouvrage faisant état de toutes les aides spécifiques à l'adaptation accessibles sur le territoire européen. Il est probable que si de telles aides étaient identifiées, plus de professionnels de l'audiovisuel en Europe prendraient des options ou auraient même une véritable politique d'achat de droits.

Or, un guide des aides spécifiques à l'adaptation n'existe pas à notre connaissance, pas plus qu'une volonté politique de développer ces aides de façon significative.

En ce sens, l'initiative du Prix Rhône-Alpes de l'adaptation, né en 2009, est tout à fait remarquable. D'un côté, il récompense l'écrivain, de l'autre il contribue à faciliter la prise d'option et à rémunérer la première étape d'écriture.

Les livres sélectionnés doivent être écrits par un auteur de la région, ou résidant en région et/ou dont l'action se situe en région. Il s'agit de livres français qui pourraient être exposés à des membres du jury étrangers (réalisateurs, producteurs).

La question de la langue se pose, comme toujours, car si 5 à 6 ouvrages doivent être lus en 2 mois par les membres du jury, ceux-ci doivent maîtriser parfaitement la langue française pour pouvoir lire, se faire une opinion et la défendre lors de la délibération.

En janvier 2010, le roman *Une Année Etrangère* de Brigitte Giraud paru chez Stock a été distingué. Ce livre est une matière formidable à coproduction, car en dehors du personnage principal, une jeune fille française de 17 ans, tous les autres sont allemands quand l'action du livre se situe intégralement en Allemagne. Les démarches qui sont entreprises pour faire connaître ce livre par Rhône-Alpes cinéma et Initiative film, qui est partenaire du prix, vont évidemment dépasser les frontières et travailler en particulier du côté allemand.

De manière générale, les nouveaux entrants qui cherchent à obtenir une aide média ne sont pas les bienvenus aux différents guichets européens. En effet, il est demandé aux sociétés de production, pour accéder à ces guichets, des « tracks records », c'est-à-dire des références et une ancienneté qui excluent les jeunes sociétés. Or, un jeune producteur a besoin plus que tout autre d'avoir accès à un soutien qui lui échappe de plus en plus au niveau national comme international. C'est d'autant plus dommageable que ces nouveaux entrants s'intéressent au vivier de sujets qu'offre la littérature. Ils n'ont en général pas encore leur réseau de scénaristes et de réalisateurs qui leur permettent de recevoir 200 scripts par an.

<sup>14</sup> *The Film Finance Handbook: How to Fund Your Film*, Adam P. Davies, Nicol Wistreich

<sup>15</sup> *Les Aides au Financement Cinéma et Télévision*, Jean-Pierre Fougea, Pascal Rogard, Ed. Dixit



Leur résistance à optionner en vue d'acquérir des droits littéraires est donc liée à leur difficulté à trouver les fonds nécessaires. De plus, ils mettent plus de temps à développer car ils font parfois l'apprentissage de leurs pratiques professionnelles sur ces premiers films. Ainsi, pour eux, faire écrire un script original leur paraît moins contraignant que d'acquérir des droits de roman pour, de toutes les façons, devoir aussi faire écrire un script.

Pour prendre un exemple concret, le fameux « slate funding » de Media (visant à soutenir un « catalogue de projets ») n'est accessible qu'aux sociétés ayant au moins trois années d'existence et produit au moins une œuvre diffusée à un niveau international dans les cinq dernières années. Les jeunes sociétés ne peuvent postuler en développement qu'au guichet nommé « single project ». En France, où d'autres guichets existent, l'incidence est moindre. Dans des pays comme l'Italie, par exemple, l'impact de telles conditions d'entrées est énorme.

#### **D - Le réflexe de la coproduction.**

Construire une coproduction internationale à partir d'une adaptation littéraire est une ambition évidente, mais tous les romans ne s'y prêtent pas, ni toutes les adaptations.

Voici quelques éléments qui encouragent la coproduction à partir d'un roman :

- le livre porte en lui la nécessité de la coproduction : l'histoire perdrait de son poids si on l'enfermait dans une seule géographie,
- un auteur, une œuvre est très connu(e) dans le pays où l'on souhaite établir la coproduction
- le réalisateur qui a eu l'idée de l'adaptation ou à qui on souhaite confier l'adaptation est étranger.
- L'auteur est célèbre dans le pays de la coproduction visée.

Ces éléments sont assez faciles à repérer par l'éditeur qui ne doit pas hésiter à signaler ces informations, mais surtout à préciser la notoriété d'un auteur et de son œuvre hors de son pays d'origine. L'éditeur peut, par ricochet, devenir « acteur » d'une coproduction en signifiant à un producteur français, avec qui il négocie, l'intérêt d'un homologue européen pour le même titre.

Ce qui est plus difficile à repérer pour les éditeurs réside dans les intentions des professionnels à coproduire. Il y a d'un côté les spécialistes, assez faciles à repérer car dans leur catalogue très peu de films sont franco-français. De l'autre, des professionnels qui n'envisagent la coproduction que par nécessité. Il y a ceux qui ont déjà leur réseaux et ont envie de les faire jouer. Et il y a ceux qui veulent en constituer un, car coproduire de façon minoritaire par exemple, permet de produire un plus gros volume de projets – une coproduction, lorsqu'on est minoritaire demande moins de temps, moins d'attention et en général de lever moins de fonds que sur un film que l'on produit entièrement.

Les accords bilatéraux qui existent entre les pays peuvent constituer un encouragement à la coproduction. La liste de ces accords est accessible sur le site du CNC pour ce qui concerne la coproduction avec la France, pays toujours très prisé pour cet exercice car disposant encore d'une industrie forte et d'une relative cinéphilie de son public.

Ce qui reste encore mal connus, y compris des professionnels de l'audiovisuel, sont les fonds interrégionaux qui favoriseraient, mais de manière encore peu significative, les coproductions internationales via la région.

Par exemple, il existe un lien entre la région vaudoise (Suisse) et la région lyonnaise en France qui peut constituer un premier socle de financement pour la phase de développement et entraîner par la suite une coproduction entre les deux pays. Ceci est certes incitatif mais reste marginal quant à la décision d'optionner une œuvre en vue d'en acquérir les droits et à fortiori de produire un film dans le cadre d'une coproduction internationale.

Restent les rapports significatifs qu'entretiennent sur la durée deux sociétés de production de pays différents. Si dans les filmographies de l'une ou de l'autre on retrouve plusieurs coproductions avec la même société, il y a fort à parier que ces deux sociétés travaillent bien ensemble et auront envie de recommencer l'expérience d'un film. Dans ce cadre, apporter à un producteur un livre qui peut naturellement générer une coproduction avec son habituel partenaire peut être payant.

La télévision offre, en général, un cadre plus évident à la coproduction que le cinéma. L'initiative de la coproduction vient parfois même directement des diffuseurs qui ont des liens avec leurs homologues à l'étranger.

Aussi, engager une démarche vis-à-vis des responsables cinéma des chaînes n'a pas beaucoup de sens. En effet, même s'ils le voulaient, ce n'est pas leur rôle de réunir autour d'un livre un producteur et ou un réalisateur. En revanche, démarcher les chargés de programme audiovisuels est envisageable.

#### Les freins à la coproduction

Cependant, la coproduction est loin d'être un eldorado européen.

En effet, elle entraîne souvent l'étirement des calendriers de développement et de production, des attentes aux guichets des uns et des autres pour trouver les financements et des surcoûts de production : pour venir tourner à tel endroit, on peut bénéficier d'aides locales mais les coûts de production peuvent augmenter également. D'autre part, la coproduction entraîne parfois un manque d'harmonisation des stratégies marketing pour la sortie du film.

Les freins ne sont pas prêts de disparaître car les coproductions entrent en compétition avec les préventes. Quand un pays monte une coproduction l'agent de ventes est souvent mécontent car il ne lui reste pas de territoires où récupérer son minimum garanti. Il existe aussi des limites de territorialisation pour l'obtention des subventions et le producteur doit savoir comment utiliser tel système dans tel pays.

La coproduction peut parfois accélérer le processus et surtout permettre une exploitation internationale, mais c'est souvent le cas contraire qui se produit car les temps de prises de décision, d'attente aux guichets respectifs ralentissent des

processus déjà lents. D'autre part, plus le coproducteur est impliqué artistiquement dans le projet, plus les temps de gestation de l'œuvre risquent d'être lents. D'un point de vue purement pratique, on peut multiplier les temps de lecture par deux et lorsqu'on développe dans une langue qui n'est pas la langue de l'autre, le surcoût des traductions (qui n'est pas anodin) et le temps que prennent celles-ci ralentissent le temps du développement.

Il n'est pas rare qu'un partenaire reçoive une version de script pour donner son avis quand, pendant le temps de la traduction de celle-ci, les auteurs ont déjà écrit une nouvelle version.

Les tables rondes organisées régulièrement sur les questions relatives à l'adaptation et à la coproduction – citons en référence celles du Festival de Monaco – ne peuvent qu'attester du désir de multiplier et professionnaliser les coproductions et, a fortiori, celles qu'un livre aurait pu faire naître. L'Europe se construit lentement et il est probable que ce soit davantage le souhait de deux producteurs de travailler ensemble qui leur fasse trouver un livre pouvant devenir un film plutôt que l'inverse.

La France reste un territoire privilégié pour la coproduction, comme ce tableau le montre pour 5 pays avec qui nous avons des relations suivies d'un point de vue **cinéma**, dans des proportions significatives.

#### Principaux pays partenaires des coproductions majoritaires françaises

|           | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Belgique  | 4    | 6    | 6    | 7    | 14   | 6    | 7    | 14   | 15   | 24   | 10   | 20   | 11   | 18   | 22   |
| Italie    | 4    | 11   | 5    | 8    | 8    | 6    | 5    | 7    | 8    | 10   | 9    | 12   | 9    | 9    | 13   |
| Allemagne | 6    | 5    | 1    | 3    | 4    | 3    | 5    | 4    | 10   | 7    | 9    | 6    | 6    | 10   | 8    |
| Suisse    | 8    | 5    | 8    | 8    | 5    | 5    | 3    | 4    | 6    | 5    |      | 2    | 4    | 3    | 7    |
| Canada    |      | 1    | 4    | 5    | 2    | 7    | 6    | 3    | 5    | 3    | 1    | 10   | 2    | 8    | 2    |

Mis à jour le 11/05/09.

#### Télévision :

##### Evolution des coproductions de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

|                          | 2004        | 2005        | 2006        | 2007        | 2008        | Evol. 08/07 (%) |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| Grande-Bretagne, Irlande | 13,8        | 8,0         | 2,0         | 6,5         | 11,3        | +73,7           |
| Belgique                 | 4,3         | 5,3         | 6,1         | 5,3         | 9,1         | +71,5           |
| Italie                   | 10,0        | 8,0         | 0,6         | 6,6         | 6,0         | -8,1            |
| Allemagne, Autriche      | 1,5         | 4,3         | 3,8         | 6,9         | 3,3         | -51,8           |
| Suisse                   | 4,8         | 4,1         | 4,0         | 3,8         | 1,8         | -53,4           |
| Pays-Bas, Luxembourg     | 10,7        | 1,3         | 7,1         | 2,2         | 0,7         | -68,4           |
| Espagne                  | 3,4         | 2,7         | 4,4         | 2,0         | 0,6         | -70,1           |
| Scandinavie, Islande     | 0,4         | 2,4         | 0,5         | 0,3         | 0,3         | +15,8           |
| Autres                   | 5,0         | 3,8         | 0,4         | 0,2         | 0,1         | -35,9           |
| Zone Europe de l'Ouest   | -           | -           | -           | 2,4         | 0,0         | -98,2           |
| <b>Total</b>             | <b>53,8</b> | <b>39,8</b> | <b>29,0</b> | <b>36,1</b> | <b>33,3</b> | <b>-7,9</b>     |

Source : CNC-TV France International

## **IV - La phase de négociation : les principes de base**

### **A Les principales attentes, les impératifs et les contraintes des producteurs et les principaux points de blocage habituels**

#### **1 - Les différentes étapes chronologiques de la négociation**

Les principes de base de la phase de négociation sont désormais bien intégrés par les deux parties. Chacun sait que l'on passera par une phase d'option, renouvelable en fonction de la négociation, et qu'ensuite il faudra, quelle que soit l'avancée du projet audiovisuel, lever l'option ou risquer de la perdre.

#### La phase de négociation

L'acquéreur est obnubilé par la notion de temps. Aussi, pendant la durée de la négociation qui est très variable et peut durer des mois, il aura comme objectif que la durée de l'option commence bien au moment de la signature de celle-ci. Or on sait que parfois, lorsqu'une négociation traîne, des semaines voire des mois entiers sont gelés pendant lesquels les droits de l'ouvrage sont objectivement bloqués.

Dans la phase de négociation, les professionnels de l'audiovisuels essaieront, surtout s'ils sont en concurrence, d'exposer de façon avantageuse le projet artistique et leur ambition.

Les producteurs se plaignent souvent de se heurter à deux difficultés : celle de devoir faire valoir des collaborations prestigieuses (ce qui revient finalement à faire monter les enchères) ou celle de ne pas être compris quand les combinaisons (scénaristes/réalisateurs/acteurs possibles) sont plus pointues et donc, peut être moins rassurantes.

Il est difficile pour un éditeur d'analyser la pertinence de paris artistiques dans un secteur qui n'est pas le sien, a fortiori sur des territoires qu'il ne connaît pas ou peu. Or, au cinéma le succès vient souvent de la surprise. Vouloir associer valeurs sûres (et chères) à un projet d'adaptation ne garantit ni la qualité du film, ni son succès. Ce que reprochent donc les producteurs aux éditeurs c'est que, sous couvert de se préoccuper de qualité artistique pour l'auteur, ils cherchent des raisons supplémentaires de faire monter les prix à la hauteur d'une ambition liée plus à l'économie à venir du film qu'à ses exigences artistiques propres.

Les producteurs regrettent aussi que parfois le visionnage d'un court-métrage ou d'une œuvre précédente d'un jeune réalisateur puisse créer le doute chez l'éditeur alors que eux sont prêts à prendre le risque de miser sur le talent d'un réalisateur en devenir. Il faut reconnaître toutefois, que l'obligation de fournir le travail antérieur d'un jeune réalisateur n'est pas souvent demandé. Et cette curiosité, assez saine au démarrage, fait ensuite entrer des questions subjectives du goût dans la négociation, questions qui se compliquent un peu plus encore lorsqu'on se situe au niveau européen.

Certains producteurs font appel à des cabinets spécialisés pour mener à bien, ou juste à terme, la négociation. Comme toujours ceci a certains avantages :

l'interlocuteur est rompu aux questions spécifiques de ce type de contrats ; et quelques inconvénients : un intermédiaire de plus a un prix et parfois n'a pas les informations importantes concernant le projet artistique visé, ou s'il les a ne s'y réfère pas de la même façon qu'un producteur ou un réalisateur pourrait le faire.

#### La signature de l'option

L'option est un compte à rebours qui n'est pas forcément bien appréhendé par les professionnels de l'audiovisuel. Parfois, certains commettent l'erreur incroyable de commencer à travailler à une adaptation sans savoir si les droits sont libres. Parfois, c'est le contraire : ce n'est qu'une fois l'option acquise que l'on commence à s'interroger sur qui pourrait adapter, réaliser etc.... alors que pendant la phase de négociation (qui dure en général plusieurs semaines) il est temps de s'en occuper, pour ne perdre aucun temps dès que la signature est apposée au contrat. Après la date de signature, un véritable compte à rebours est engagé, et pour des œuvres très convoitées, on sait que si 18 mois plus tard, on n'est pas en position de renouveler ou lever l'option, l'argent et le travail investis seront à mettre aux pertes et profits. Or ce risque ne peut pas être assumé par tous, a fortiori dans les pays d'Europe qui ont peu de moyens.

Dès l'option signée, les éditeurs se plaignent, à juste titre, de ne plus être mis au courant de rien, jusqu'au moment où on leur demande une indulgence pour prolonger de quelques semaines ou mois une option hors contrat. S'il est vrai que le parcours du combattant pour faire émerger un film est compliqué, il est également vrai que la circulation de l'information n'est jamais aisée ou naturelle.

#### La phase du développement : le temps du risque total et de l'incertitude

Dans le développement, qui est la phase la moins bien financée du processus de fabrication de ce qui deviendra peut être un film, le premier argent coûte très cher. Il n'est pas, ou peu, couvert par le système d'aides. Mais surtout, au stade du développement, le producteur peut dépenser de l'argent pour un projet qui ne verra jamais le jour. C'est un risque dont il est naturel que les producteurs limitent le coût, ne serait-ce que pour réinvestir sur un autre projet.

Lorsque le binôme producteur/réalisateur n'est pas déjà constitué au moment de la négociation, il faut garder à l'esprit que l'un et l'autre auront comme but, dans la phase de développement, de se trouver. Le réalisateur devra aller convaincre un producteur sur quelques pages, parfois sur un script en craignant qu'en ayant avancé ainsi, le producteur ne trouve plus sa place et il en sera exactement de même pour le producteur, dans l'autre sens.

Désormais, certains éditeurs n'entendent plus négocier tant que le binôme n'est pas constitué. Or, pour un projet d'adaptation, trouver un réalisateur est la partie noble du travail du producteur. S'il essaye de le faire avant d'entrer en négociation, il risque de perdre son temps et la face si les droits sont cédés entre temps.

Les éditeurs ne doivent pas hésiter à communiquer à l'acquéreur des noms de réalisateurs ou de producteurs, s'étant montré intéressés par le titre en question, de sorte à favoriser des rapprochements et ce quelle que soit la nationalité des personnes s'étant intéressées au livre.

### Renouveler l'option ?

Les éditeurs s'interrogent quand rien ou presque n'avance en matière de développement après un an ou 18 mois (pour la télévision, ce délai est raccourci : six mois sont suffisants et nécessaires pour faire la tournée des diffuseurs et se rendre compte si le projet peut démarrer ou non). Il est normal que, dans ce contexte, une hésitation à renouveler l'option existe. Il est vrai que le temps du développement n'est pas toujours bien géré. Le paradoxe de voir des options chèrement négociées, dormir sur les bureaux des producteurs est une réalité qui témoigne des difficultés à appréhender le développement de façon autonome et professionnelle.

### Généralités à garder en mémoire pour saisir les réactions, questionnements, décisions, indécisions des interlocuteurs en matière de cinéma au moment des négociations ou après

Les temps de gestation des projets se sont allongés car la recherche des financements pour le développement, mais surtout pour la production, s'est atomisée. Plus de guichets et de niches de financements c'est vrai, mais plus de temps d'attente aux guichets et surtout de moins grosses sommes à chaque fois qu'il faut cumuler selon un cheminement complexe impliquant des contreparties en production pas toujours compatibles entre elles ou avec le projet lui-même. Si l'on doit aussi regarder l'aspect positif de cet allongement du temps de gestation des projets appelé « développement », il faut mentionner le fait que plus de soins sont apportés à ce moment crucial de recherches et d'écriture, ce moment où l'identité même d'un projet se cherche et se trouve.

Ces délais qui s'allongent sont peu compatibles avec les options qui jouent comme un vrai compte à rebours

Le rôle des interfaces : un paradoxe est à garder en mémoire. Si côté éditeurs, les responsables audiovisuels gagnent la confiance des producteurs de par la professionnalisation de leur fonction et leur meilleure connaissance des personnes et des marchés, côté producteurs, les interlocuteurs investis dans le développement censés être l'interface idéal pour faire connaître des œuvres ne sont pas nécessairement les professionnels qu'il faut convaincre. En effet, que celui qui est en mesure d'entamer une négociation ait « trouvé seul » le titre dont il aura envie de faire un film, ou non, il conviendra qu'il ait l'impression que ce titre vient de sa seule intuition. Aussi est il difficile et hasardeux d'imaginer qu'on puisse partir de l'offre pour rencontrer la demande explicite ou implicite d'un producteur ou d'un réalisateur. Conscients dès la création d'Initiative film de ce phénomène, nous avons cherché à être mandatés par les producteurs ou les réalisateurs demandeurs car, sans nous interdire de leur envoyer « la bonne idée » qui ne correspondrait pas à leur cahier des charges, nous savons qu'il est compliqué de convaincre dans ces conditions.

## **2 - Quelques éléments budgétaires**

### Payer une œuvre à son juste prix ?

En matière de cinéma, il est difficile de donner un ordre d'idée des budgets tant les variations sont extrêmes. Quand les uns ont du mal à trouver les 10 000 euros

qui leur permettraient d'explorer leur intuition initiale d'autres se positionnent sur des sommes beaucoup plus importantes d'emblée.

En termes de budgets, plusieurs paramètres sont à envisager. En effet, pour le professionnel du cinéma, lorsqu'il est question de juste prix, l'adjectif « juste » se rapporte : à l'économie du film dans laquelle il pense pouvoir/devoir rentrer ; aux sources de financement de développement qu'il peut solliciter ; à ses propres ressources ; à la typologie du film qui peut naître du roman : plus le film est un « film d'auteur » plus sa carrière va être difficile sauf si un réalisateur majeur est déjà attaché au projet ; à la notoriété du livre et de son auteur ; à la date de publication ; au tirage du livre.

Ainsi un livre très pointu de littérature – même auréolé d'un prix littéraire majeur ou d'un auteur très identifié – s'il traite d'un sujet intimiste, ou jugé confidentiel, devra être fait (si c'est compatible avec l'histoire elle-même) dans une économie concertée qui est sans doute la seule façon de rendre le film faisable dans un premier temps, et « rentable » dans un second. Cette rentabilité est l'intérêt commun, car, si ce film ne trouve pas son public dans sa juste économie, les pourcentages sur les recettes âprement négociés ne seront jamais versés.

La notion du juste budget pour le juste film dépasse largement le cadre de l'adaptation littéraire, mais elle est importante à saisir. La France a la réputation de produire trop cher, ce qui a des conséquences évidentes sur l'industrie et sur la pérennisation des talents. Les éditeurs français ont évidemment une meilleure connaissance des budgets français qu'européens : s'y référer lors d'une négociation avec des Espagnols, par exemple, rend la négociation beaucoup plus difficile.

Sauf exception, il est donc extrêmement difficile de prévoir l'économie d'un projet au moment de la négociation d'une option. Si on ne connaît ni le réalisateur, ni la matière qui sera explorée dans l'adaptation et qu'on ne peut déterminer à quel niveau de casting le film va se situer, alors il est impossible de prévoir un budget, même indicatif.

Parfois, il est curieux de sentir que si le producteur envisage un petit budget, l'éditeur peut estimer que ce dernier n'a pas assez d'ambition pour l'adaptation. Dans ce cas, cela suppose de considérer non seulement le plus offrant, mais aussi – ce qui est lié si on parle d'indexation – celui qui garantit au film le plus gros budget. Or, cette façon de voir les choses n'est pas sans poser problème. L'ambition ne peut se mesurer à l'ampleur du budget du film à venir et la flambée des budgets ampute la rentabilité de l'œuvre si on se place du seul point de vue économique.

Nos voisins européens considèrent que les droits des romans détenus par des éditeurs français sont trop élevés par rapport à ce qu'ils négocient dans leur propre pays. Les généralités sont certes compliquées car rien n'est comparable et les écarts de minimum garanti par exemple sont énormes d'un roman à l'autre, d'un script original à un autre, toutefois il faut avoir en tête que cette réputation peut parfois empêcher certaines démarches ou en tous cas ne pas les faciliter.

### L'indexation du minimum garanti

L'indexation du minimum garanti et, de fait, du montant de l'option, ne va pas sans poser problème et est loin d'être rentré dans les mœurs en France et dans les « zones d'influence ». Garder en mémoire les points suivants aide à y voir clair.

- Au stade du développement, comme on l'a vu précédemment, il est très difficile de fixer, même approximativement, le budget du film à venir. Non seulement la fameuse question du casting est trop prématurée mais la question même de l'adaptation se pose. Va-t-on transposer à l'époque contemporaine ? Où va-t-on situer le récit ? Combien de personnages va-t-on garder ? Tout ceci aura une incidence sur le budget et il est rare qu'on sache y répondre au tout début du processus.
- Plus le budget est important, plus les possibilités de remontées de recettes s'amenuisent. Donc parfois, si l'on gagne effectivement plus sur l'option et le minimum garanti, il n'y a pas de retour sur les fameuses RNPP (recettes nettes part producteur). Il est vrai que ce n'est pas le métier des éditeurs d'auditer le budget d'un film, ni de savoir si un film est produit dans son « bon budget » mais il faut se dire que les gros budgets, disons ici au-dessus de 7 millions d'euros, ont moins de chance de se rentabiliser sur l'exploitation première que les petits budgets. Ceci est une évidence trop souvent oubliée.
- Si l'indexation au budget devient l'unique cheval de bataille pour les éditeurs, il y a un risque que les petits projets en termes de budget soient écartés dans l'esprit de rentabilité au niveau de la pure négociation. C'est ce qui est arrivé à un certain moment aux Etats-Unis où les avocats en charge des négociations n'estimaient pas devoir considérer une offre en dessous d'un certain montant. Il convient alors de s'interroger sur les raisons qui font qu'on cède ses droits à l'audiovisuel : est-ce une opération purement lucrative ou prend-on en compte le projet artistique qui se dessine derrière ?

En télévision, les choses sont différentes car plus balisées. En fonction du diffuseur susceptible d'être concerné par le projet, il est possible de déterminer, au moins dans les grandes lignes, le budget du ou des films visés. Cela évite une sorte de course aux budgets à la hausse, qui, n'est ni une preuve de bonne santé, ni un gage de succès.

### **B - Les impératifs juridiques, les écueils à éviter.**

Il y a des différences d'habitudes d'un pays sur l'autre en matière de contrat. Il n'y a déjà pas d'harmonisation des contrats français, donc il y a encore moins d'harmonisation européenne des questions juridiques liées à l'acquisition de droits littéraires.



De manière générale, aucun système européen n'est aussi protecteur du droit d'auteur que le système français. Les systèmes de type anglo-saxon, prévoient des cessions sans limitation de durée, c'est à dire pour toute la durée du copyright.

Un exemple : en Belgique francophone les professionnels sont habitués à la cession sur 30 ans (influence de la SACD oblige) mais c'est rarement le cas dans les systèmes non francophones. Ainsi, en Flandre, la durée est souvent celle de la protection légale.

Pour ce qui est des rémunérations, le système français est extrêmement complexe. Il impose que les auteurs soient payés sur le prix public quand il est déterminable ce qui est rarement le cas dans les autres systèmes européens. Ceux-ci se basent sur une répartition des profits nets en faveur des auteurs et éditeurs, soit une rémunération au second rang après récupération par les investisseurs de leur part de recettes (ou de la totalité de leur investissement lorsqu'il s'agit d'investissements de type Equity).

En contrepartie le système du minimum garanti est moins répandu. Par exemple, les auteurs sont payés un « flat fee » qui n'est pas amortissable sur les recettes, en contrepartie leur part de recettes se fait au dernier rang.

Dans ce contexte, la liaison au devis de production, avec des minima et des maxima, est très répandue.

Des détails sur les éléments qui doivent être spécifiés dans les contrats sont répertoriés en annexe 1 (page 35).

## **C - Quelques points de repères en termes de budgets et de plannings**

Les temps de gestation des projets se sont allongés car la recherche des financements pour le développement, mais surtout pour la production, s'est atomisée. Il y a plus de guichets et de niches de financements qu'auparavant mais il y a aussi plus de temps d'attente aux guichets et surtout de moins grosses sommes à chaque fois qu'il faut cumuler selon un cheminement complexe impliquant des contreparties en production pas toujours compatibles entre elles ou avec le projet lui-même.

L'aspect positif de cet allongement du temps de gestation des projets est aussi à considérer : plus de soins sont apportés à ce moment crucial de recherche et d'écriture, ce moment où l'identité même d'un projet se cherche et se trouve. Ces délais qui s'allongent sont peu compatibles avec les options qui jouent comme un vrai compte à rebours.

Quoi qu'il en soit, l'argent du développement est probablement « l'argent le plus cher ». En effet, il s'agit en général de fonds propres ou d'avances sur aides qui peuvent ne pas être octroyées. Le plus cher aussi, car au terme de tout développement, adaptation ou sujet original, on peut être obligé ou désireux de ne pas lancer la production. Dans ce cas-là, les sommes dépensées sont considérées, d'un point de vue économique, comme de pures pertes.

Mais cet argent du développement est également l'argent le mieux investi, car la phase du développement est une sorte d'étude de faisabilité nécessaire et fondamentale permettant de se lancer à court ou moyen terme dans une aventure cinématographique de façon maîtrisée et professionnelle. Sans cette phase qui bien sûr est coûteuse, on risque d'avancer sur un projet inabouti ce qui a des conséquences souvent plus fâcheuses que de devoir perdre ou rembourser dix, vingt, cinquante mille euros au départ.

Du point de vue **des plannings**, même si les professionnels sont obligés de se mentir à eux mêmes quand ils se lancent dans une aventure cinématographique sans quoi ils seraient pénalisés, il faut parler d'années pour passer du désir d'un film à un film exploité et ce où que l'on se situe en Europe.

- La phase de développement dure entre 9 mois au strict minimum et 2-3 ans pour un professionnel identifié et entre 3 et 5 pour les autres. Bien sûr certains producteurs héritent de projets qui ont été déjà développés par un confrère ou par le réalisateur lui-même, dans ces conditions les délais s'ont parfois plus courts.
- Entre 6 mois et 18 mois pour un montage financier.
- Le tournage et la postproduction, au regard des autres délais sont assez courts (même si parfois on doit attendre un comédien pour commencer à tourner alors que le budget est enfin réuni), comptons donc un an de plus
- Puis vient la distribution : soit le producteur a déjà un distributeur et la sortie du film ne dépend « que » du calendrier des autres sorties (compter six mois); soit il doit en chercher un, ce qui allonge les délais (jusqu'à un an).

Ainsi, faire un long-métrage et le livrer à son public national est un travail de longue haleine et de plusieurs années, environ 3 ans au mieux, parfois jusque 10 ans. Garder ses données en tête permet de mieux décrypter certaines situations.

## V – Conclusion et perspectives

« L'Europe a plus besoin de son cinéma que le cinéma de l'Europe » Wim Wenders

« La langue de l'Europe, c'est la traduction » Umberto Eco

S'il y a des éditeurs européens, capables, par exemple, de se regrouper pour faire front contre Google Livres, s'il y a des auteurs européens parce qu'ils sont nés sur ce continent, y vivent, ou s'y nourrissent, il n'est pas certain qu'il y ait une littérature européenne pas plus du reste qu'un cinéma européen, en terme d'imaginaire d'abord et en terme de marché ensuite.

Quel patrimoine littéraire partageons-nous en tant qu'Européens? Quelles œuvres appartiennent à tous? Peut-on dire qu'il existe une littérature européenne ou parle-t-on des littératures de l'Europe? Ces questions sont celles que pose aussi le cinéma. Même si les œuvres cinématographiques semblent parfois mieux exposées que les livres, il n'est pas certain que l'on sache en France à quoi ressemble la littérature bulgare, ni en Bulgarie à quoi ressemble le cinéma grec, en Allemagne la littérature portugaise ou en Italie le cinéma danois.

Contrairement à la musique, la littérature et le cinéma ne peuvent s'affranchir de la traduction pour circuler à l'intérieur de l'espace européen.

Réfléchir à l'existence d'une Littérature ou d'un cinéma européen aura d'abord réaffirmé combien la diversité des langues qui se rencontrent sur le continent européen contribue à en faire la richesse et la faiblesse en même temps.

Littérature européenne ou cinéma européen obligerait à définir l'ensemble des écrivains et des œuvres d'un côté et l'ensemble des cinéastes et des films de l'autre, issus de pays européens.

La littérature et le cinéma racontent des histoires, se racontent des histoires, parfois les mêmes. Le cinéma emprunte beaucoup à la littérature et ce depuis sa création et la littérature emprunte désormais aussi un peu au cinéma. Pour devenir européennes les deux expressions artistiques doivent elles se métisser ou garder leur singularité ? Quelle que soit la réponse, ce qui est sûr c'est que pour exister elles doivent circuler dans l'espace européen et hors de celui-ci.

Le cinéma européen est dynamique produisant environ 900 films chaque année. Un bémol doit être toutefois ajouté car ce dynamisme ne concerne pas tous les pays de l'Union Européenne. Le marché européen étant extrêmement fragmenté. La part des films américains diffusés en Europe dépasse les 70%, alors que seuls 6% des films européens parviennent à passer les frontières du pays où ils sont produits

L'existence du cinéma européen est conditionnée par la bonne marche des cinémas nationaux. Pour pouvoir résister à la puissante industrie cinématographique des Etats-Unis, le cinéma européen requiert les aides de l'Etat

et de la Commission Européenne. Par ailleurs, la Commission fait la distinction entre films commerciaux et films culturels, préconisant de réserver les aides d'Etat à ces derniers.

Pourtant, c'est souvent les films de divertissement qui permettent de financer le cinéma d'auteur. C'est en tout cas ainsi en France grâce à une taxe prélevée sur chaque billet acheté, la TSA, un système qu'on nous envie dans nombreux pays.

Le cinéma européen, véritable miroir de la diversité culturelle de l'Union Européenne, doit relever le défi d'assurer une meilleure circulation des films à l'échelle de l'Union. La bonne portée de son cinéma est vitale pour l'identité européenne, n'est-ce pas le cas également de la littérature européenne ?

Il n'existe pas aujourd'hui de pôle esthétique homogène, en opposition avec le cinéma nord-américain ou d'autres formes de cinéma dans le monde. C'est à la fois la force et la faiblesse du cinéma européen ou, ne devrions-nous pas dire, des cinémas d'Europe, Le nourrir d'histoires tirées des littératures d'Europe qui circuleraient d'un pays à l'autre contribuerait sans doute à lui créer une identité propre.

Néanmoins les difficultés sont nombreuses. Il manque, pour l'instant, à l'Europe, un enseignement commun, une histoire commune, une identification à des héros nécessaires à toute nation, il s'agit pour elle de créer " son image ". " Pour que l'Europe en fasse autant, il lui faut s'inventer une identité projetable en grand, à ses propres yeux et aux yeux du monde. Les relations entre les pays européens sont certes anciennes, mais manque fondamentalement de repères dans lesquels les Européens pourraient se reconnaître. C'est à partir d'un passé commun qu'un cinéma européen existera. Là, puiser sa source d'inspiration dans les littératures d'Europe peut l'aider.

Alors que se fonde, depuis quelques décennies, l'Europe politique, il y a un paradoxe, ou plutôt un décalage dans le temps : notre vision patrimoniale de la culture européenne est née à la Renaissance et au XVIIIe siècle, une époque où le multiculturalisme était à peu près uniquement « européen ». Aujourd'hui, nous sommes confrontés à un multiculturalisme qui n'est pas européen mais mondial. Toute la difficulté est de souligner les continuités dans l'héritage et les disjonctions de la modernité

En l'état actuel, les pays européens ont un point commun : une certaine américanisation de leurs sociétés. Le danger de l'amplification de cette similarité serait qu'elle devienne l'unique point commun. L'industrie du cinéma américain est très active, l'Europe se doit d'adopter des nouvelles stratégies de développement, comparables mais non identiques, afin d'être plus compétitif

La France possède encore les talents artistiques et une position économique, vis à vis de ses partenaires, qui lui donnent la possibilité d'être le fer de lance d'un cinéma européen offensif envers le cinéma américain, mais pour combien de temps ? La création de majors cinématographiques en Europe apparaît comme indispensable sur le long terme pour la maintenance et le développement d'un cinéma national actif et d'un cinéma européen compétitif. L'arrivée de majors pourrait entraîner une politique d'achats de droits littéraires.

Tant que l'Europe produira environ 900 longs-métrages par an, tant que certains de nos voisins européens dynamiseront leur industrie cinématographique et télévisuelle et soutiendront leurs talents, tant que le service public considèrera qu'il est de sa mission de faire découvrir ou redécouvrir des œuvres de patrimoine ou des œuvres plus récentes, l'intérêt pour l'adaptation se maintiendra.

Cet intérêt est renforcé par une évolution, dont certains doutent peut-être, mais qui se sent clairement sur le terrain : à savoir la volonté des réalisateurs, même s'ils sont scénaristes eux-mêmes, « de varier les plaisirs », n'hésitant pas à passer d'un sujet original de leur cru, ou commande, au désir d'adapter un livre de leur choix ou suggéré par leur producteur ou tout autre professionnel en qui ils ont confiance.

Il convient, pour que cette tendance perdure, de ne pas opter pour l'uniformisation à la fois dans la façon de présenter l'offre et en même temps de négocier et rédiger les contrats de cession. L'Europe du cinéma n'est pas construite encore bien que les aides communautaires et autres initiatives permettent de construire des familles à l'intérieur d'un espace dont les réalités sont très éloignées les uns des autres.

Renforcer la tendance qui a permis aux professionnels de l'audiovisuel d'identifier de mieux en mieux leurs interlocuteurs dans les maisons d'édition avec qui des liens se sont créés, a fait son office en France. Pour se positionner clairement sur le marché européen, à supposer qu'il existe en ces termes, pouvoir disposer de plateformes au cœur des rendez-vous des professionnels de l'audiovisuel est sans doute important.

Enfin, il est probable que l'émergence d'aides spécifiques à l'adaptation puisse permettre à ceux qui ne s'y autorisent pas encore d'y venir et à ceux qui en ont déjà la pratique de continuer à s'y intéresser.

Il y aurait encore beaucoup à dire sur le sujet. Dans l'optique d'une construction européenne, il semble que les intérêts à longs termes des éditeurs et des écrivains rejoignent ceux des producteurs et cinéastes.

En continuant à réfléchir ensemble, hors de la sphère de la négociation, les professionnels des deux bords, réussiront-ils à mieux se comprendre. ? A mieux saisir leurs impératifs respectifs, mieux aborder les défis que représentent certaines adaptations ? A mieux faire connaître les œuvres en général et non certaines en particulier qui bénéficient d'une bonne exposition ? Les réponses viendront dans les prochaines années, en parallèle de la structuration même de l'identité européenne qui n'en n'est en fait qu'à ses débuts.

### ***Remerciements***

*Pierre-Emmanuel Mouthuy, Jean-Luc Ormières, Rémi Giordano, Denis Lima, Heidi Warneke, Cécile Grenouillet, Joëlle Bouhout, Marie Dormann*

## Annexe 1 : Aide mémoire des éléments contractuels récurrents

*Cet aide-mémoire a été rédigé en collaboration avec Pierre-Emmanuel Mouthuy, Avocat spécialisé à Bruxelles<sup>16</sup>.*

### 1 - Les parties

En général un contrat est signé avec l'éditeur, dans ce cas, il est souhaité que l'auteur soit au moins présent à la signature.

### 2 - L'option

Durée de l'option et renouvellement :

\*Durée initiale de l'option (de 6 à 18 mois) : s'il semble qu'une option de 6 mois puisse suffire aux producteurs de télévision pour démarcher les diffuseurs et savoir s'ils peuvent poursuivre ou non le développement du projet, s'il est aussi possible que cela puisse suffire à un réalisateur de cinéma désireux d'approcher des producteurs, la durée minimum désormais souhaitée par les producteurs de cinéma est de 18 mois. En effet, face à de multiples lenteurs et obstacles rencontrés, ceux-ci ne peuvent espérer avoir fait un tour de table signifiant en moins de 18 mois. Que ce soit pour être lu, qu'il s'agisse du calendrier des commissions, ou même tout simplement de trouver les talents qu'on attachera au projet, tout ceci prend du temps et n'est pas toujours facile à anticiper. Ainsi, si on vise un talent très identifié (adaptateur/ réalisateur) l'attente de sa disponibilité, de son accord définitif peut prendre plusieurs mois.

\*Durée du renouvellement : en principe la même que la première période d'option.

Prix de l'option et déductibilité :

Prix de l'option : en principe 10% du prix de cession

Déductibilité de la première et de la deuxième période d'option

Conditions de la cession : déjà négociées ou non dans l'option ?

Pour les deux parties, il est toujours préférable d'avoir les conditions négociées d'emblée, encore mieux si le contrat de cession dans son entier est déjà signé lors de l'option. Quand on est dans l'urgence, un mémo deal peut être annexé à l'option, mais il convient de se donner une date butoir courte (un mois) pour rédiger et signer le contrat final.

### 3 - La session

Etendue des droits cédés, points d'achoppement :

\*Droit d'utiliser des extraits de l'œuvre

\*Droit d'utiliser le titre de l'œuvre comme nom de domaine, etc. => pour quelle durée

\*Droits dérivés (remake, sequel, préquel, spin-off, merchandising, multimédia<sup>17</sup>) => remake, sequel, préquel, spin-off surtout sont compliqués à obtenir ce qui est assez naturel du point de vue de l'éditeur ou de l'écrivain. Ce qu'il faut prendre en compte c'est que souvent ces droits sont demandés aux producteurs par leurs partenaires. Penser à prévoir un droit de préférence sur les œuvres à venir qui pourraient devenir base d'un préquel ou sequel. Les questions relatives au remake posent moins de problèmes, on sait que dans ce cas, les acquéreurs du droit de remake auront en fonction de leur vision de l'œuvre plus envie d'adapter/refaire l'œuvre littéraire initiale ou d'adapter/refaire le film qui a pu prendre des libertés vis à vis de l'œuvre littéraire. Si ces questions sont logiquement débattues, l'exploitation à terme de ces droits dérivés restent en Europe relativement marginales.

Le spin off concerne cette fois d'avantage la télévision, et le merchandising plus particulièrement l'animation.

\*Droit de reproduction graphique du scénario

Choix d'utiliser ou non le titre de l'œuvre : si le livre est très identifié le producteur aura besoin/envie de s'en servir, si ce n'est pas le cas, il préférera parfois réfléchir en amont ou en aval avec son distributeur au meilleur titre pour l'exploitation du film.

---

<sup>16</sup> pe@mouhuy.net

<sup>17</sup> cf lexique en annexe

### Durée des droits cédés :

\*En général 30 ans mais à partir de quand ? Le producteur aura la volonté de toujours essayer de faire partir la date à compter de la première exploitation du film et jamais à la levée de l'option, ce qui est logique compte tenu des temps de développement. Parfois durée négociée en deux temps (30 ans à compter de la première exploitation mais maximum 35 ans à compter de levée de l'option).

\*Souvent la durée est négociée suivant la distinction suivante :

- Droit d'adaptation de l'ouvrage pour en faire un film : quelle durée d'exclusivité (15 ans souvent) ? Si exclusivité limitée, prévoir au moins une exclusivité par genre (long métrage, téléfilm, etc.) et pour une durée d'absolue exclusivité même courte ;

- Droits d'exploitation du Film (durée de 30 ans ci-dessus)

\*Durée en cas de coproduction majoritaire avec un coproducteur anglo-saxon OU en cas de cession des droits dérivés à un anglo-saxon => prévoir si possible allongement pour toute la durée de la protection par le droit d'auteur.

### Respect de l'œuvre, intervention de l'auteur de l'œuvre :

\*Respect de la nature de l'œuvre : en principe liberté très large laissée au producteur dans le cadre de l'adaptation, tant que le propos ne dénature pas l'œuvre, les professionnels de l'audiovisuels ont compris que la clause du droit moral de l'auteur ne devait pas leur faire peur.

\*Intervention de l'auteur en qualité de consultant (contrat séparé) : sans entrer dans le détail de savoir si l'écrivain est la bonne personne pour écrire ou coécrire l'adaptation de son œuvre, il est fréquent, pour des raisons diverses qu'on le lui propose. Il est vrai que le statut de consultant est plus souvent proposé que celui de coauteur, il est vrai aussi que souvent ce rôle n'est pas réellement tenu, mais ce contrat est censé apporter à l'écrivain, un revenu complémentaire à la somme qu'il partage avec son éditeur et dont il se plaint très souvent quelle soit dérisoire.

\*Lectures du scénario par l'auteur : c'est un moment redouté par les scénaristes, le réalisateur et/ou le producteur. Même si on sait qu'on peut avancer même en déplaisant à l'écrivain, on espère toujours le séduire par la version de script (en essayant de ne jamais donner la V1) qu'on envoie. Ici, il faut relativiser les réactions, bien savoir si l'écrivain a l'habitude ou non de lire des scripts, savoir s'il était à la base content de cette cession tant financièrement qu'artistiquement (choix des adaptateurs, du réalisateur, voire déjà des acteurs) pour replacer sa lecture dans le juste contexte. Le producteur devra veiller à être l'interlocuteur de l'auteur ou de son porte parole, de sorte à, le cas échéant, faire passer les critiques négatives et ne pas entraver la bonne continuation du projet.

\*Choix des principaux collaborateurs et techniciens : toujours le producteur.

### Rémunération, Minimum Garanti (MG):

\*Montant du minimum garanti : très variable en fonction du succès du livre, renommée de l'auteur, de la force de négociation de l'éditeur ou de l'agent littéraire voire de l'auteur lui-même, des demandes concrètes faites sur ce titre, de la concurrence donc), deux formules essentiellement :

- Minimum garanti

- Partie minimum garanti et partie forfait (non récupérable), que le producteur cherche à éviter mais qui constitue une nouvelle tendance ;

\* En ce qui concerne la détermination du MG, soit montant fixe soit liaison au devis de production du film :

- Dans ce dernier cas, toujours fixer une fourchette haute et basse

- Importance de l'assiette de calcul du pourcentage : plan de financement officiel déposé à l'agrément des investissements (image souvent tronquée) ou de production (bonne image mais lointaine)

- Déductions éventuelles de l'assiette : apports producteur (en ce compris le fonds de soutien), crédit d'impôt, mises en participation (si on calcule sur la base du plan de financement) ou si on calcule sur la base du devis (devis Below the line moins rémunérations de l'auteur et donc hors salaires producteurs, frais généraux, imprévus, frais financiers, si possible assurances, etc.)

\*En ce qui concerne le paiement du MG, deux formules (souvent un mix des deux est adopté par les parties) :

- Soit à dates fixes

- Soit à échéances de production (le plus souvent, échéances de production avec dates fixes butoir)

#### Rémunération, pourcentages :

\*Cinéma : très variable, en général +/- la moitié de ce qui est accordé sur les recettes nettes

\*Vidéo/VOD : variable également, fourchette en général la plus basse (1/3 -1/4 de ce qui est accordé sur les recettes nettes). Attention, si ces droits sont gérés par la SACD en principe l'auteur ne touche pas en plus

\*Télévision : SACD uniquement ou SACD + recettes nettes. En général les éditeurs négocient SACD + recettes nettes

\*Remake, préquel, sequel, etc. : très variable également mais tenir compte des pourcentages qui seront cédés aussi à l'auteur et l'auteur-réalisateur. Attention, il faut toujours prévoir (droit français oblige) en cas de cession des droits de remake un MG mais également une part des recettes tirées de l'exploitation ;

\*Autres modes d'exploitation : bien distinguer le cas où le prix public est déterminé ou déterminable et les autres cas (recettes nettes) ;

\*Etranger : toujours distingué de la France, rémunération souvent un peu plus élevée sur les recettes nettes ;

\*SACD : parfois l'éditeur veut préciser dans le contrat le pourcentage qu'il veut se réserver sur les droits SACD. Attention c'est important + bien répercuter dans les contrats d'auteur et ceci est souvent une cause de litige.

#### Droit moral, générique

Droit pour l'auteur de visionner le film et de demander à ce que la mention de l'œuvre soit retirée du générique (si l'œuvre est un produit d'appel important ceci deviendra quasi impossible, puisque le producteur estime acheter aussi cette notoriété qu'il paye bien évidemment au prix fort) ou de modifier la mention sous la forme « librement adapté de ». On a désormais l'habitude de multiples formules, « très librement adapté » existe aussi ce qui ne veut pas nécessairement dire qu'il y a « trahison » (désaccord sur l'adaptation) ceci peut vouloir dire que l'œuvre cinématographique ne s'inspire que lointainement du livre. Et on se souvient de la formule non dénuée d'humour d'Amélie Nothomb, « librement trahi ».

#### Résiliation pour faute

Sort des droits en cas de résiliation ? Est-ce que l'éditeur récupère les droits ou est-ce que le producteur peut poursuivre la production et l'exploitation du film ? Difficile à négocier mais les producteurs essayeront qu'une fois la machine mise en route (mise en prod), et sauf cas de non paiement du MG, les droits leur restent acquis.

#### Assiette des Recettes Nettes Part Producteurs (RNPP):

Commissions de distribution : l'éditeur essaye toujours de mettre des plafonds, parfois à 4 ou 5 ans de la date de négociation des contrats de distributions, l'exercice est périlleux.

Prise en compte du fonds de soutien comme recette ? En principe non, selon le CNC et les prods

Sort des autres aides ou subventions non remboursables (recettes, amortissement ou aucun de ces deux-là) ?

En conclusion, il faut garder en mémoire que beaucoup de contrats circulent assez différents les uns des autres. On peut s'en plaindre et pourtant la notion de contrat type pour le cinéma en tous cas n'est pas une bonne chose. Dans une industrie de prototypes tout doit rester « prototypal », non pas évidemment la totalité du contrat, mais certains points devraient toujours être spécifiques. Ce dont il faut se garder et que pourtant nous voyons fleurir ça et là, ce sont ces contrats amalgames, sorte de « copiés collés » de plusieurs contrats qui finissent par n'avoir aucune logique.

De même, même si certains producteurs n'entendent pas négocier et à fortiori rédiger les contrats eux-mêmes, il est important d'avoir au départ une vraie réunion avec eux pour bien comprendre les enjeux et la direction du projet audiovisuel visé.



## Annexe 2: Etudes de cas

### 1 - Focus sur l'Allemagne

Le cinéma allemand est l'un des cinémas nationaux à l'histoire la plus prestigieuse. La création cinématographique en Allemagne a fortement été marquée par les ruptures politiques et sociologiques qu'a connues le pays. Les deux guerres mondiales et la séparation en deux États distincts l'ont influencée au plus haut point.

C'est en 1967 à l'occasion du Festival du court métrage allemand que 26 jeunes réalisateurs signent le Manifeste d'Oberhausen, donnant ainsi naissance au « Nouveau Cinéma allemand ».

Une dizaine d'années plus tard, ce sont finalement deux adaptations de romans qui firent connaître le travail de la nouvelle école du cinéma allemand au grand public international : Jean-Marie Straub avec *Non Réconciliés* en 1965, adapté du roman d'Heinrich Böll, et Volker Schöndorff avec *Le désarroi de l'élève Törless* en 1966, adapté du roman de Robert Musil.

En 1973, Volker Schöndorff adapte de nouveau Heinrich Böll avec *L'Honneur perdu de Katharina Blum* qui obtient un énorme succès. C'est surtout en 1977 que ce nouveau cinéma allemand atteint une portée mondiale avec le film de Wim Wenders, *L'Ami américain*, adapté de Patricia Highsmith, puis avec, en 1979, l'adaptation de Volker Schöndorff du roman de Günter Grass *Le Tambour* qui obtient le premier Oscar pour un film allemand, et la Palme d'Or à Cannes, et *Berlin Alexanderplatz* de Fassbinder en 1980 (d'après Alfred Döblin). Suivent de nombreuses œuvres de Faust, et *Le Coup de Grâce* en 1976 (d'après Marguerite Yourcenar)

On remarque donc l'importance de l'adaptation dans l'Allemagne d'après-guerre et dans l'école du Nouveau Cinéma allemand (notre Nouvelle Vague).

Puis, avec l'explosion des blockbusters américains, la production allemande a décliné et a produit surtout des films de divertissement national, abandonnant de ce fait les adaptations littéraires ambitieuses, puis en général le film d'auteurs susceptibles de convaincre en festival et de s'exporter.

Cependant, le cinéma allemand a produit dernièrement, quelques adaptations à succès : en 2004, Leander Haussmann crée une version moderne de la pièce classique *Kabale und Liebe* (1784) de Schiller de même que Jürgen Flimm qui, la même année, réalise *Käthchens Traum* d'après le drame de Kleist *Das Käthchen von Heilbronn* (1810). Les *Enragés*, de Detlev Buck en 2006 d'après le roman de Gregor Tressnow.

A noter peut-être la curieuse adaptation des *Particules Élémentaires* de Michel Houellebecq par Oskar Roehler en 2006, rare tentative d'adaptation d'un roman français.

Dans les années 2000, le cinéma allemand connaît un renouveau et au premier semestre 2008 la part de marché des productions allemandes était de 34% ce qui n'était pas arrivé depuis 1992. Le Fond allemand de soutien au cinéma (DFFF) créé en 2007 par le ministre d'Etat chargé de la Culture, s'est avéré être un véritable moteur du secteur. Par ailleurs, un système de soutien n'est pas uniquement réservés aux films allemands mais également aux productions internationales prévoyant une participation allemande. Au cœur de cette industrie qui depuis 2007 voit de multiples signes de son essor, les studios de Babelsberg et un système efficace d'aides régionales ont joué leur rôle.

Quelques noms de producteurs allemands à garder en mémoire, voire à démarcher.

Tom Tykwer

En 2002, il dirige l'actrice américaine Cate Blanchett dans *Heaven*. Sa carrière décolle. En 2005, il adapte le roman de Patrick Süskind *Le Parfum* avec Dustin Hoffman et Alan Rickman. Le thriller *L'enquête-The International* marque son retour en 2009. Sa

renommée mondiale acquise, Tom Tykwer se voit désormais confier des projets d'envergure, même si plus commerciaux.

#### Florian Gaag

De 1995 à 2001, Florian Gaag participe à de nombreux courts métrages et documentaires, notamment Greg's Cabin ou Prelude, en tant que réalisateur ou assistant. Fort de ces expériences, le jeune cinéaste rentre en Allemagne en 2000 et fonde Aerodynamic Films. Une société de production grâce à laquelle il réalise son premier long métrage Wholetrain sorti en France en 2010 et dont l'histoire, entre le documentaire et la fiction, s'inspire de son passé de graffeur.

#### Reinhard Klooss

De formation littéraire, Reinhard Klooss devient scénariste sous la tutelle de la Studienstiftung des Deutschen Volkes de Bonn, prestigieuse fondation universitaire allemande. Dans les années 1990, il dirige différentes sociétés de production dont la Bavaria Film et la Babelsberg Film, au sein desquelles il réalise aussi quelques courts métrages. En 2006, Reinhard Klooss devient le directeur et l'un des créateurs du pôle animation de la Constantin Film AG, située à Munich. C'est dans ce cadre qu'il se lance en 2007 dans la réalisation des Aventures d'Impy le dinosaure, son premier long métrage d'animation, en association avec Holger Trappe. En 2009, sort le second volet de la saga, intitulé Le Monde merveilleux d'Impy. Péripéties d'un joyeux diplodocus, les films de Reinhard Klooss s'adressent aux tout-petits.

#### Christoph Thoke

A ses débuts, Christoph Thoke, a produit des émissions pour la chaîne allemande RTL 2 et la chaîne franco-allemande Arte. De 1996 à 2002, il a été membre du directoire de deux sociétés de production et de services Taunusfilm et Cinemedia où il a supervisé toutes les activités de productions internationales, y compris celles du bureau de Los Angeles. Il a produit pendant cette période: Little Senegal, Lubov and other Nightmares, ainsi que Planet B, The Antman et Planet B, Detective Lovelorn. En 2003, il crée la société de production Thoke + Moebius Film (TMF). Il y produit et coproduit dix films comme Tropical Malady d'Apichatpong Weerasethakul. Il a également coproduit Twentynine Palms de Bruno Dumont, Gardien de Buffles, ainsi que Sunduk Predkov Il dirige aujourd'hui une nouvelle société de production Mogador Films. Christoph Thoke parle et lit le français comme l'anglais.

#### Christoph Hochhäusler

C'est un réalisateur allemand né le 10 juillet 1972 à Munich. Il fait partie de la « nouvelle vague » du cinéma allemand et collabore avec d'autres cinéastes de cette scène comme Benjamin Heisenberg (scénariste du Bois Lacté). Il parle français et s'intéresse à la culture française.

#### Sites Internet

<http://www.france-allemande.fr/L-Academie-franco-allemande-du,4205.html>

<http://www.german-films.de/en/publications/jahresberichte/index.html>

## 2 - Focus sur l'Italie

L'Italie, dans les années 60, au beau fixe du grand cinéma italien, avait 80% de sujets originaux. Très peu d'adaptations donc.

A cette époque, le roman italien est adapté par les Français moins par les Italiens, mais c'est aussi le grand moment des coproductions franco italiennes qui facilitent la circulation des œuvres des deux côtés.

Plus que dans n'importe quel pays européen, le déclin du cinéma italien fut marqué et visible, nostalgie des années 50/70 oblige. Aujourd'hui encore, l'industrie ne déborde pas de projets et la productivité est plus axée sur la télévision. Les aides publiques ont été coupées même si certaines régions (en particulier le Piémont) font des tentatives et le renouvellement des talents a pris des années. La polémique sur les coupes

budgetaires qui ont eu raison du cinéma d'auteur italien pourtant si prolifique, est récente.

Il y a aujourd'hui trois principaux guichets : les Beni Culturali, guichet particulier où le ministère de la Culture donne directement l'argent via une commission, la Rai cinema et la télé privée Medusa du groupe Mediaset. Quand on sait que la télévision appartient à S. Berlusconi, on comprend que tout soit très compliqué.

Pourtant certains chiffres parlent positivement d'un renouveau. Ainsi sur 90 millions d'entrées environ en 1997 en Italie, 12 % de celles ci reviennent au cinéma national. En 2008, sur 115 millions d'entrées, 35 % des entrées se font sur des films italiens. Ceci marque une réconciliation du public italien avec son cinéma, mais un cinéma en évolution.

Les réalisateurs puisent désormais leurs sources dans le réel, les faits divers, les faits de société et sont influencés par les grands courants journalistiques. Pour reprendre un vocabulaire français, on fait moins de films d'auteurs et plus de film de genre. Mais on pourrait dire aussi que les auteurs font des films de genre de qualité qui peuvent désormais espérer à nouveau conquérir leur propre public et un public international, ce qui est symbolisé par le retour du film italien dans les festivals internationaux après presque 20 ans d'absence à un ou deux réalisateurs près.

En parallèle, depuis les années 90, le roman italien explose. Le roman de genre surtout, le polar, le noir, le social, le porno, les confessions etc...

Romanzo Criminale, de Giancarlo De Cataldo, marque un tournant. La nouveauté dans ce roman est de raconter l'histoire du point de vue des gangsters et non des policiers qui les traquent. C'est une nouveauté en Italie, à tel point que Marco Tullio Giordana, qui devait faire le film, finit par jeter l'éponge devant la dimension morale de l'histoire : prendre le point de vue des « salauds » l'a empêché de faire le film. C'est Michele Placido qui le fera, sans état d'âme...

Riccardo Tozzi producteur de Cattleya, à la manière des studios, optionne le livre et le fait adapter par Stefano Rulli et Sandro Petraglia.

D'après Riccardo Tozzi, le livre revient en force et toutes les productions italiennes, depuis les années 2000, se sont mises à acheter des droits ou à avoir le désir de le faire. C'est le cas pour Mon frère est fils unique par exemple, adapté aussi par Rulli et Petraglia, pour Luchetti, toujours produit par R.Tozzi. On pense à Io non ho paura de Niccolò Ammaniti qui devient un film éponyme de Gabriele Salvatores sorti en France sous le titre L'été où j'ai grandi, mais qui reste plus ou moins confidentiel. Petraglia a fait l'adaptation du livre norvégien de Karin Fossum Don't look back.

Il y a aussi le cas très particulier de Gomorra, best-seller de Roberto Saviano. Son auteur est devenu aussi célèbre que son livre et ceci a sans aucun doute contribué au succès du film et à sa diffusion. En amont, ceci a largement contribué au financement du film qui a obtenu de l'argent de Medusa et de la Rai Cinema.

Tandis que les producteurs italiens attendent de reconstituer une écurie de stars internationales – comme celle qui avait porté le cinéma italien jusqu'aux années 80 – le recours à une littérature contemporaine bien identifiée du public, est un réflexe professionnel qu'ils ont retrouvé.

À tel point que R. Tozzi explique qu'à présent, pour faire face à la concurrence, il remonte de plus en plus à la source et demande aux éditeurs quels livres sont en train d'écrire leurs écrivains avant même l'idée d'une publication quelconque...

Pour que cette tendance se pérennise, il faudra compter sur ce qu'espèrent tous les producteurs italiens à savoir une refonte du système de financement de l'audiovisuel et en particulier du cinéma. Leur espoir est la création d'une sorte de CNC national ou, plus modestement, la mise en place d'un tax shelter qui devrait venir renforcer la production nationale. Si ceci se produit, il y a fort à parier que le nombre des adaptations augmentera et que, peut être, le choix de la littérature adaptée sera plus étendu. Actuellement, le financement n'étant pratiquement pas soutenu par un quelconque système d'aides, les minimum garantis proposés – exception faites des best-sellers – pour les achats de droits et/ou pour les scénaristes ensuite sont moindres que ce qui ce pratique en France.

Finalement, en Italie, l'adaptation concerne d'avantage la télévision. Côté télé donc, Andréa Camilleri connaît un immense succès, ses romans policiers mettant en scène le commissaire Montalbano de nombreuses fois adaptés en série. Carlo Lucarelli est son successeur, auteur de romans policiers adaptés à la télévision.

En conclusion :

- l'adaptation d'auteurs étrangers reste marginale et basée sur des auteurs classiques : Edgar Poe, Alexandre Dumas, T. de Quincey ...
- les adaptations, quand elles parviennent à se financer dans le système (ex : Gomorra), sont portées par le succès préalable du livre.

Sources :

Wikipedia.fr

Zoom-cinéma.fr

<http://resume.next.liberation.fr>

<http://cineuropa.org>

### 3 - Exemples de collaboration en coproduction

|   |
|---|
| Analyse de l'impact d'un package autour d'un livre sur la coproduction d'une œuvre cinématographique d'initiative européenne. |
|---|

Quelques mois avant la parution du roman de Tracy Chevalier, le producteur britannique Andy Paterson et son épouse, la scénariste Olivia Hetreed, ont la chance de lire le manuscrit de La Jeune fille à la perle. Dès la lecture du manuscrit, et avant même que le livre ne prenne place sur les étagères des libraires, Andy Paterson et son associé, le réalisateur-producteur Anand Tucker, réussissent à convaincre Tracy Chevalier de leur vendre les droits. Mais la concurrence est rude : nombreux sont les producteurs intéressés par l'adaptation de ce roman au grand écran.

L'idée de confier la réalisation du film à Peter Webber britannique lui aussi vient des producteurs Andy Paterson et Anand Tucker : tourné en Europe au Luxembourg en langue originale anglaise ; le film devient pourtant américain et français pour des questions de financements bien. son budget est de 12 millions de dollars américains en 2003 trouvés en majorité aux Etats-Unis avec une double distribution internationale : Lion Gates pour les Etats-Unis, et Pathé pour l'Europe.

Ainsi le film concourt partout : des Bafta britanniques aux prix européens, des Oscars aux Golden Globes américains. Si bien que de nombreux sites Internet ne savent pas très bien quelle nationalité annoncer pour ce film.

Ce qu'il convient de retenir de ce cas d'école c'est qu'avoir convaincu l'écrivain en se positionnant très vite et avoir constitué autour du roman un package artistique cohérent a permis au producteur européen initiateur du projet de produire un film international.

Si produire avec les Etats-Unis n'est pas toujours aisé même si cela permet d'aller chercher un casting de choix (ici Scarlett Johansson) cela a été rendu possible par l'acquisition de droits d'une œuvre également convoitée là bas et d'un package artistique autour.

Le producteur belge Jean Luc Van Damme et sa société belge Banana film, a produit à partir Du regard de l'antilope, les mémoires de James Gregory, gardien de prison de Nelson Mandela, le film Goodbye Bafana, dont la réalisation est confiée à Bille August, réalisateur danois.

Après des mois d'attente d'accord de comédiens américains, le film réunit un casting mixte avec Joseph Fiennes anglais, Dennis Haysbert américain et Diane Kruger allemande pour un film en langue anglaise.

Ici le film est une coproduction belge, luxembourgeoise, allemande, avec l'Afrique du Sud (2007)

Ce qu'on peut retenir de ses deux exemples :

- L'acquisition de droits d'une œuvre littéraire permet au producteur de faire son travail créatif et de viser un réalisateur et des comédiens de renommée internationale quelle que soit leur nationalité.
- L'acquisition de droits d'une œuvre littéraire lui permet de se positionner sur un marché très concurrentiel et pour peu que les droits soient convoités, de s'y faire une place
- Le package peut ensuite favoriser des coproductions internationales multipays. Sachant que la gestion de ce type de montage financier sur plusieurs pays n'est pas nécessairement un atout pour le producteur en termes de gestion du temps ou de coûts. En coproduction on réunit plus d'argent mais on enregistre des surcoûts qui font monter le budget. L'amortissement ne se situe donc plus au même niveau et les profits sont évidemment partagés.
- En matière d'adaptation la nationalité du livre importe peu, seule l'histoire compte et parfois la possibilité de sa transposition permet d'ouvrir le champ des possibles.
- Ici nous voyons qu'il ne s'agit pas de best-sellers, juste d'histoires qui ont inspiré des producteurs pour devenir des films.

### **Annexe 3 : Calendrier des événements « incontournables » ou importants pour la mise en réseau**

Les festivals tant en France, que dans le monde, sont innombrables et d'intérêt professionnel varié. Parfois il s'agit de festival/marchés, parfois de vitrines pointues pour un genre de cinéma ou pour des films de niche, parfois juste une promotion pour une ville, une région.

En dehors des festivals dits de catégorie A et en particulier des festivals qui sont aussi des marchés du film, les autres festivals drainent une population changeante de professionnels. L'avantage des premiers : ils sont très fréquentés par des professionnels de tous bords ; l'avantage des seconds : ils sont plus conviviaux et favorisent les rencontres.

Nous avons privilégié ici les festivals de proximité et ceux où les talents francophones sont plus représentés. Evidemment, les éditeurs français peuvent approcher des étrangers, mais il nous a semblé plus efficace de se limiter à un périmètre facile d'accès.

La grande évolution des festivals professionnels est d'avoir intégré des ateliers de travail, des masters classes, des plateformes de rencontres, des laboratoires et autres facilités de mise en réseau. En prenant contact avec les responsables de ces entités, il est sans doute possible d'optimiser sa présence dans un festival, national ou international, à condition de bien cerner ce pour quoi on y vient.

#### **1 - Festivals clefs pour approcher les jeunes talents (réalisateurs et producteurs)**

Festival Premiers plans, Angers  
[www.premiersplans.org](http://www.premiersplans.org)

Jeunes réalisateurs et producteurs européens montrant leurs premières œuvres.  
Festival convivial où les rencontres sont faciles  
Janvier 2010

Festival du court métrage de Clermont Ferrand  
[www.clermont-filmfest.com](http://www.clermont-filmfest.com)

La Mecque du court métrage. C'est un grand marché où il est parfois difficile de faire des rencontres, en revanche ce festival est idéal pour identifier les talents en devenir nationaux et internationaux.  
29 janvier au 2 février 2010

Festival de Rotterdam, CineMart, Rotterdam Lab  
[www.filmfestivalrotterdam.com](http://www.filmfestivalrotterdam.com)

CineMart est un événement à l'intérieur du Festival, on y croise le fleuron des talents internationaux au début de leur carrière. L'emploi du temps des professionnels là bas est très chargé, mais l'organisation rigoureuse permet toujours de fixer des rendez vous. Même sans se déplacer, regarder leur site est un bon investissement.  
31 janvier au 3 février 2010

#### **2 - Événements incontournables pour les professionnels du cinéma.**

Ce qu'on appelle les festivals de catégorie A, où sont présents non seulement les professionnels qui présentent des films, mais aussi énormément de professionnels de tout bord dès qu'il y a un marché concomitant au festival, comme c'est le cas ici. Pour ces festivals, à moins d'avoir un carnet d'adresse déjà constitué ou des rendez vous programmés, il est difficile de faire des rencontres, car les professionnels sont très occupés (Locarno fait exception).

Berlinale  
[www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)

On y rencontre toute la profession germanique et d'Europe de l'Est, ainsi que de nombreux professionnels du monde entier. Une accréditation est nécessaire.  
11 au 21 février 2010

Festival de Cannes / Marché du film  
[www.festival-cannes.com](http://www.festival-cannes.com)

C'est le festival le plus professionnel du monde entier. Sans accréditation, il est difficile d'avoir accès aux professionnels même si l'on peut toujours essayer de les rencontrer dans les hôtels ou bars de la croisette.  
12 au 23 mai 2010

Biennale de Venise  
[www.labiennale.org/en/cinema](http://www.labiennale.org/en/cinema)

Le plus « désorganisé » des festivals cités mais l'on y trouve toute la profession italienne. Désormais la concurrence du festival de Rome lui fait de l'ombre.  
1<sup>er</sup> au 11 septembre 2010

Festival international du film de Locarno  
[www.pardo.ch](http://www.pardo.ch)

Festival convivial, avec une programmation très riche. Les enjeux moins grands et le lieu lui-même permettent de faire des rencontres loin de l'agitation extrême de Cannes ou Berlin. Au mois d'août, les professionnels semblent plus disponibles.  
Août 2010

### **3 - Festival de « genre »**

En fonction de niches, on peut se focaliser sur des festivals spécialisés où il est possible de rencontrer des professionnels concernés par tel ou tel genre littéraire.

Festival du film policier de Beaune (autrefois à Cognac)  
Avril 2010

Festival du film de comédie de l'Alpe d'Huez  
[www.alpedhuez.com/comedie](http://www.alpedhuez.com/comedie)  
19 au 24 janvier 2010

Festival du film d'amour de Mons  
[www.fifa-mons.be](http://www.fifa-mons.be)  
19 au 26 février 2010

Dans les petits festivals, on ne sait jamais vraiment qui va présenter les films, et l'on n'est donc jamais sûr de pouvoir rencontrer les producteurs ou les réalisateurs. Mais l'on peut, par le biais des projections, découvrir des talents qu'il faudra « pister » par la suite.

### **4 - Festivals ou événements francophones**

Festival du film francophone de Namur  
[www.festivalnaturenamur.be](http://www.festivalnaturenamur.be)

Un rendez-vous convivial et professionnels, tout est fait pour se rencontrer y compris lors de forum, table ronde ou ateliers de la coproduction.  
1<sup>er</sup> au 8 octobre 2010

Rencontres du cinéma québécois (francophonie)  
En 2009 au Forum des images, l'événement est organisé par la même équipe que Producers Network à Cannes, il réunit majoritairement français, suisses, belges et québécois qu'il est facile de rencontrer à condition d'avoir anticipé ces rencontres.  
1<sup>er</sup> au 27 février 2010

Lors de rencontres de coproduction à Paris dont le calendrier est fluctuant mais toujours accessible sur le site d'Unifrance Film, il est souvent facile de rencontrer dans de bonnes conditions des producteurs, à condition d'avoir préparé ces rendez-vous.

Ne pas oublier les semaines du cinéma italien, espagnol etc. à Paris, où les producteurs se déplacent parfois.

## **5 - Télévision**

Festival international de La Rochelle  
[www.festival-larochelle.org](http://www.festival-larochelle.org)  
Juin/Juillet 2010

Monte Carlo Television Festival  
[www.tvfestival.com](http://www.tvfestival.com)  
6 au 10 juin 2010

Il faut éviter, pour les mêmes raisons que les festivals de classe A cinéma, de venir au MIP ou MIPCOM sans de bonnes raisons au départ, et sans avoir de rendez vous programmés. Ces déplacements sont onéreux et s'avèrent décevants si on attend une disponibilité des professionnels présents.

On peut aussi penser aux rendez vous de scénaristes, comme Scénaristes en série dont le rendez vous annuel a lieu en octobre à Aix les Bains, ou Scénarios au long court de Bourges qui a lieu en mars, où les professionnels présents viennent à la fois du cinéma et de la télévision

## **6 - Evénements où se rencontrent professionnels de l'audiovisuel et professionnels de l'écriture**

Forum international Cinéma et Littérature, Monaco  
[www.forum-cinema-litterature.com](http://www.forum-cinema-litterature.com)  
12-13 mars 2010

Salon du livre de Paris  
[www.salondulivreparis.com](http://www.salondulivreparis.com)  
26 au 31 mars 2010

Foire internationale du livre de Turin  
<http://en.salonelibro.it/>

Ce salon s'est fortement structuré mais a l'inconvénient de tomber en général en même temps que Cannes, donc peu de professionnels décisionnaires du cinéma y sont présents.  
13 au 17 mai 2010

Foire du livre de Londres  
[www.londonbookfair.co.uk](http://www.londonbookfair.co.uk)  
19 au 21 avril 2010

Foire du livre de Francfort  
[www.buchmesse.de](http://www.buchmesse.de)  
6 au 10 octobre 2010

24<sup>e</sup> Salon international du livre et de la presse, Genève  
[www.salondulivre.ch](http://www.salondulivre.ch)  
28 avril au 2 mai 2010



## Annexe 4 : Annuaire

| Société                                  | Adresse mail  | Site Internet             | Contact              | Téléphone  |
|--|---|---------------------------|----------------------|--|
| ALLEMAGNE                                |   |                           |                      |  |
| Motivo Film                              | info@motivofilms.com                                | motivofilm.com            | Heine Mohne<br>Maja  | 06.13.48.89.24<br>06.12.84.66.10                               |
| 20 20 Vision                             | twentytwenty@t-online.de                            |                           | Thanassis Karathanos | 49.30.612.81.751   |
| The Match Factory                        | michael.weber@matchfactory.de                       | www.the-match-factory.com | Michael Weber        | 49 221 539 709-45  |
| Heimat Film Pandora Film                 | jr@heimatfilm.biz<br>johannes.rexin@pandorafilm.com |                           | Johannes Rexin       | 49 171 27 27 017   |
| Heimat Film                              | office@heimatfilm.biz                               |                           | Bettina Brokemper    | 0221-97 77 99-00   |
| NML (Neue Mediopolis Filmproduktion )    | alexander.ris@mediopolis-online.de                  |                           | Alexander Ris        | 0341 30 37 224<br>cell: 0172 31 01 577                         |
| Unafilm                                  | kreyenberg@unafilm.de                               | www.unafilm.de            | Titus Kreyenberg     | 0221- 3 480 280  |
| X-Vision Filmproduktion                  | mp@x-vision-films.com                               | www.x-vision-films.com    | Michael Pöttinger    | 49 89 24 22 43 97<br>cell: 49 17 28 32 30 02                   |
| Friends Productions + Electro Film & co. | nick@friendspro.de                                  | www.friendspro.de         | Nicholas Conradt     | 49 89 21 01 41 21<br>cell: 49 17 27 52 59 70                   |
| Mogador film                             | christoph@mogadorfilm.de                            |                           | Christoph Thoke      | 49 69 96 23 88 94<br>(Frankfurt)<br>49 30 44 00 99 77 (Berlin) |
| Angleterre                               |   |                           |                      |  |
| The Disciple Production LLC              | rodneycharles1@gmail.com                            | www.thedisciplemovie.com  | Rodney Charles       | 07050 244817 (UK)  |

|                        |  |                           |  |  |
|------------------------|--|---------------------------|--|--|
| APT Films              | jonny@aptfilms.com                                 | www.aptfilms.com          | Jonny Persey   | 442 072 841 695                                |
| Bluelight              | mata@bluelight.co.uk                               | www.bluelight.co.uk       | Alain de la Mata   | 44 207 792 97 91                               |
| Rubicon Pictures       | sheryl@rubiconpictures.co.uk                       | www.rubiconpictures.co.uk | Sheryl Crown   | 44 (0) 1206323245                              |
| AUTRICHE               |  |                           |  |  |
| Mini Film              | f.meisel@minifilm.at                               | www.literaturcafe.de      | Fiona Meisel   | 43 1 503 42 20<br>cell: 43 6991 534 52 64      |
| FM                     | fmangelberger@aon.at                               |                           | Franz Mangelberger                                       | 43 1 524 12 09<br>43 664 307 3082              |
| Amour Fou              | ivanceanu@amourfou.at<br>kranzelbinder@amourfou.at | www.amourfou.at           | Alexander Dumreicher-Ivanceanu<br>Gabriele Kranzelbinder | 43 1 994 99 11-0<br>cell GK: 43 66 43 58 36 42 |
| BELGIQUE               |  |                           |  |  |
| Need Productions       | need-prod@skynet.be                                | www.needproductions.com   | Denis Delcampe   | 32 2 534 40 57                                 |
| AT Production          | info@atproduction.com                              | www.at-production.com     | Arnauld de Battice Ives Swennen                          | cell: 32 47 56 11 959<br>cell: 32 47 54 72 115 |
| Man's Films Production | manfilms@skynet.be                                 |                           | Marion Hansel  | 32 2 771 7137<br>cell: 32 4 759 29168          |
| Entre chien et loup    | diana@entrechienetloup.be                          |                           |  |  |
| Banana Films           | info@bananafilms.eu                                | www.bananafilms.be        |  | 32 2 219 9190                                  |
| Versus Production      | jhb@versusproduction.be                            | www.versusproduction.be   | Jacques-Henri Bronckart                                  | 32 4 223 18 35<br>cell: 32 477 52 7277         |
| CATALOGNE              |  |                           |  |  |
| Parallamps             |  | www.parallamps.cat        |  |  |
| A contraluz Films      | xavi.granada@contraluz.org                         |                           | Xavier Granada   | 34 934 685 122<br>cell Cannes: 34 669 78 98 58 |

|                               |   |                         |                                       |   |
|-------------------------------|---|-------------------------|---------------------------------------|---|
| Alta Realitat                 | altarealitat@altarealitat.com                             | www.altarealitat.com    |                                       | 934 24 00 87                            |
| Arriska Films                 | miriam@arriska.cat  | www.arriska.cat         | Joel Joan                             | 93 443 34 83                            |
| Ovideo                        |   | www.ovideo.com          |                                       |   |
| Elias Querejeta               | www.eliasquerajeta.com                                    |                         |                                       |   |
| Drop a Star                   | produccion@dropastar.com                                  | www.dropastar.com       | Jacobo Bergareche                     | 91 515 35 12                            |
| Tesela P.C/Filmanova Invest   | info@filmanova.com  | www.filmanova.com       |                                       | 981 160 188                             |
| Tornasol Films                |   | -                       |                                       | 91 102 30 24                            |
| David Trueba PC and Lolafilms |   | -                       |                                       | 91 577 67 59                            |
| Massa d'Or Produccions        | massador@intercom.es                                      |                         | Isona Passola (pdt)                   | 93 310 35 10                            |
| GRECE                         |   |                         |                                       |   |
| AGFilms                       | antigoni@agfilms.fr                                       | www.agfilms.fr          | Antigoni Gavriatopoulou               | 30 210 6985 107<br>cell: 30 6944 686394 |
| ITALIE                        |   |                         |                                       |   |
| Fandango                      | stefano.basso@fandango.it<br>fandango@fandango.it         |                         | Stefano Basso (dév.)                  | 03 53 68 41 004                         |
| Cattleya                      | francesca@cattleya.it                                     | www.cattleya.it         | Francesca Longardi/<br>Ricarado Tozzi | 39 06 367201                            |
| Titti Film                    | fabriziomosca@tittifilm.com<br>lauranicotra@tittifilm.com | www.thehundredsteps.com | Fabrizio Mosca<br>Maurizio Santarelli | 39 668 210 118                          |
| Indigofilm                    | nicola@indigofilm.it<br>indigo.film@tiscalinet.it         | www.indigofilm.it       | Nicola Giuliano                       | 39 0677 250 255 cell: 335<br>7838593    |
| PAYS-BAS                      |   |                         |                                       |   |
| Corrino Films BV              | jasper@corrino.com  | www.corrino.com         | Jasper Van Hecke (dév.-<br>prod)      | 31 20 423 3002 cell: 31 62<br>709 5252  |

|                                 |   |                        |                     |  |
|---------------------------------|---|------------------------|---------------------|--|
| Fortuna Films                   | ihughan@attglobal.net                             |                        | Ilse Hughan         | 31 20 625 871<br>cell: 31 655 35 6342    |
| PORTUGAL                        |   |                        |                     |  |
| Filmes do tejo audiovisuais Lda | fartemare@filmesdotejo.pt                         | www.filmesdotejo.pt    | François d'Artemare | 351 21 323 4415<br>cell: 351 91 999 6494 |
| David & Golias                  | fvendrell@mail.telepac.pt                         | www.david-golias.com   | Fernando Vendrell   | 351 21 888 2028                          |
| ROUMANIE                        |   |                        |                     |  |
| Libra Film Productions          | tudor.giurgiu@librafilm.net                       | www.librafilm.net      | Tudor Giurgiu       | 4 031 105 01 87 cell: 4 722 522 200      |
| Mandragora Movies               | anca@mandragora.ro                                |                        | Anca Puiu           | 40 21 316 74 32<br>cell: 40 722 364 132  |
| SUEDE                           |   |                        |                     |  |
| Hepp Film AB                    | helena@heppfilm.se                                | www.heppfilm.se        | Helena Danielsson   | 46 40 98 44 62                           |
| Gotafilm / Goteborgdramat       | christer@gotafilm.se                              | www.gotafilm.se        | Christer Nilson     | 46 31 82 55 70<br>cell: 46 70 88 25571   |
| SUISSE                          |   |                        |                     |  |
| P.S. Productions                | ps.productions@bluewin.ch                         |                        | Xavier Grim         | 41 21 922 03 72                          |
| Navarro Films                   | xavier@neutre.ch                                  |                        | Xavier Ruiz         | 41 22 307 1360<br>cell: 41 79 446 0082   |
| Bord Cadre films                | dan_wechsler@yahoo.com<br>info@bordcadrefilms.com | www.bordcadrefilms.com | Dan Wechsler        | 41 22 320 90 25<br>cell: 41 79 411 9387  |
| Akka                            | n.wadimoff@akkafilms.ch                           |                        | Nicolas Wadimoff    | 41 22 345 11 70 cell: 41 78 638 6833     |

Institutions et organismes susceptibles de distribuer des aides

CNC : [www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

CENTRE IMAGE : [www.centreimages.fr//production\\_guide.php](http://www.centreimages.fr//production_guide.php)

Fondation Beaumarchais : [www.beaumarchais.asso.fr](http://www.beaumarchais.asso.fr)

MEDIA : <http://ec.europa.eu>

## Annexe 5: Lexique

### Blockbuster

Blockbuster (en anglais, littéralement « qui fait exploser le quartier ») était à l'origine un terme du jargon théâtral américain qui qualifiait une pièce remportant un important succès. Par extension, le terme s'applique désormais à d'autres productions comme les comédies musicales, les films ou les jeux vidéo. Dans le milieu du cinéma, il s'applique à une superproduction à gros budget qui, par son casting, ses effets spéciaux ou la campagne de publicité accompagnant sa sortie, attire l'attention des médias et du public, même si le film s'avère être un échec financier.

Les studios d'Hollywood produisent la plus grande partie des blockbusters. Les deux premiers blockbusters cinématographiques communément admis sont L'Exorciste (sorti en 1973) et Les Dents de la mer (sorti en 1975).

### Préquel

Un préquel est une œuvre réalisée après une œuvre donnée, mais dont l'action se déroule avant du point de vue de l'univers de fiction. C'est un « épisode précédent mais réalisé après ». Cela pointe la différence entre le déroulement du temps de la fiction et celui du temps réel. Les préquels se retrouvent sous diverses formes, comme dans la littérature, le cinéma, les séries télévisées, ou encore dans l'univers des jeux vidéo.

### Sequel

Sequel est un mot anglais signifiant « suite ». Le terme est souvent utilisé pour désigner la suite d'une œuvre (suite d'un film, d'une série télévisée, d'un jeu vidéo, d'un animé...). Il a été utilisé pour former le mot-valise préquel, souvent francisé en « préquelle ».

### Spin Off

Spin-off (en français pousse, jet, rejet) est un terme anglais désignant dans l'univers économique, une société commerciale née de la scission d'une société plus grande. Dans le domaine artistique, il désigne une œuvre dérivée d'une autre, mais qui n'est pas nécessairement une suite (ex. : une série dérivée ou un film dérivé). Exemple : Angel est un spin off de Buffy contre les vampires.