

Guide pour les Pitches – Corporate



Sommaire



1	Intro	Page 3	6	Contenu de l'offre	Page 8
2	Type de demande	Page 4	7	Pitch Cost Share	Page 9
3	Nombre de participants	Page 5	8	Cession des droits	Page 10
4	Communication des participants	Page 6	9	Réalisation du projet Corporate Film	Page 11
5	Communication du budget	Page 7	10	Évaluation des procédures	Page 15

1 Intro



Dans le cadre de pitches pour des projets de films d'entreprise (corporate), les sociétés de production cinématographique sont invitées par des clients à développer des offres sur la base d'un briefing. Une offre comprend un ou plusieurs projets cinématographiques ainsi que le calendrier et le calcul des coûts correspondant.

L'élaboration d'une telle offre implique un travail important. Afin que cette charge reste dans des limites raisonnables pour toutes les parties concernées, certaines règles sont nécessaires. Ces règles sont également courantes dans d'autres pays, où elles figurent dans le guide pour les pitches correspondant.



2 Type de demande



De manière générale, un pitch ne doit avoir lieu que **sur la base de commandes réelles**.



3 Nombre de participants



Swissfilm Association recommande la procédure suivante en fonction du budget:

- **Moins de 80 000 CHF**
Attribution directe
- **Plus de 80 000 CHF**
Attribution directe ou 3 sociétés de production max.



4 Communication des participants



Le client transmet aux **sociétés de production cinématographique participant au pitch** l'identité des participants.



5 Communication du budget



Le client communique le cadre budgétaire prévu.



6 Contenu de l'offre



L'offre comprend:

- un ou plusieurs **projets cinématographiques**
- **le calendrier et le calcul des coûts** correspondant



7 Pitch Cost Share



- Les offres refusées sont rémunérées. Dans la mesure où le projet **n'est pas réalisé** après le pitch, toutes les sociétés de production cinématographique qui y ont participé reçoivent un **Pitch Cost Share** (honoraires de pitch). Le share est rémunéré par la production – en fonction des dépenses – aux prestataires tels que les directeurs.
- Le montant du Pitch Cost Share dépend du cadre budgétaire.

Les valeurs indicatives suivantes sont appliquées:

Budget 80 000 CHF – 200 000 CHF
5 000 CHF

Budget supérieur à 200 000 CHF
8 000 CHF



8 Cession des droits



Les droits d'utilisation des propositions faites dans la DI restent la **propriété des détenteurs** de ces droits. Si le mandant ou l'agence souhaite reprendre des idées soumises dans une DI refusée, ce point peut faire l'objet d'une **négociation séparée** avec les détenteurs des droits.



9 Réalisation du projet Corporate Film

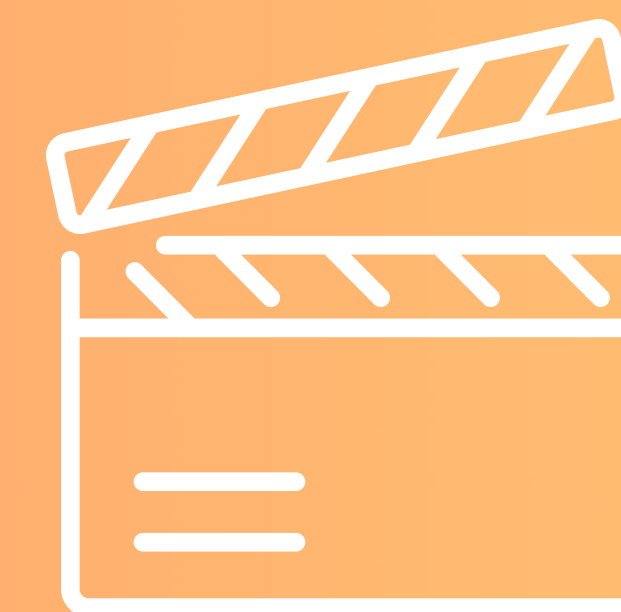


Les projets de films corporate comprennent **des films d'entreprise, des films d'image, des films explicatifs et pédagogiques, des vidéos sur des produits et des marques** ainsi que diverses autres formes **de films pour la communication d'entreprise et marketing** (y compris les formes de communication internes, stratégiques, de l'employeur et similaires).

Lors de tels projets, **les mandants collaborent souvent directement avec des sociétés de production cinématographique**, sans le soutien d'une agence de communication.

Par conséquent, au début du projet, le mandant se pose les questions suivantes:

- Le projet doit-il être réalisé directement avec une société de production cinématographique ou via une agence de communication?
- Comment trouver la bonne société de production cinématographique?





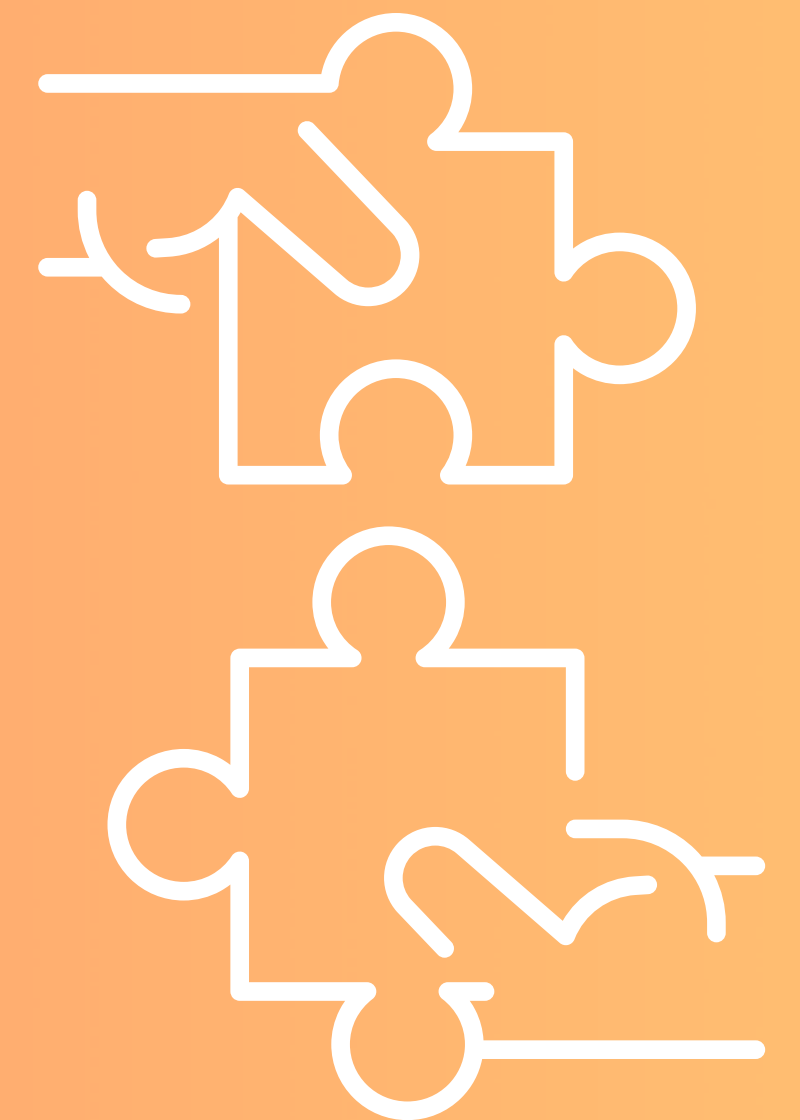
Collaboration avec une agence de communication

Si une agence est impliquée, elle participe généralement à **l'élaboration du briefing**. Selon les compétences et la tâche cinématographique concrète, elle peut également se charger du **développement du projet et du scénario**. La production est ensuite assurée par une société de production cinématographique, soit par **attribution directe, soit par le biais d'un pitch**.

À titre alternatif, il est souvent plus judicieux de collaborer avec l'agence pour le briefing, mais de confier ensuite le développement du projet et du scénario à une société de production cinématographique. Ainsi, un savoir-faire cinématographique approfondi en matière de storytelling et de production est garanti dès la phase de conception. Dans ce cas également, la commande peut être passée par attribution directe ou par le biais d'un pitch. Le briefing élaboré en collaboration avec l'agence sert alors de base.

Le rôle de l'agence doit être clair:

- donne-t-elle le mandat ou agit-elle au nom du client?
- A-t-elle reçu une procuration à cet effet?
- Est-elle habilitée à prendre des décisions ou la décision est-elle réservée au client?
- Qui paie? L'agence ou le client?



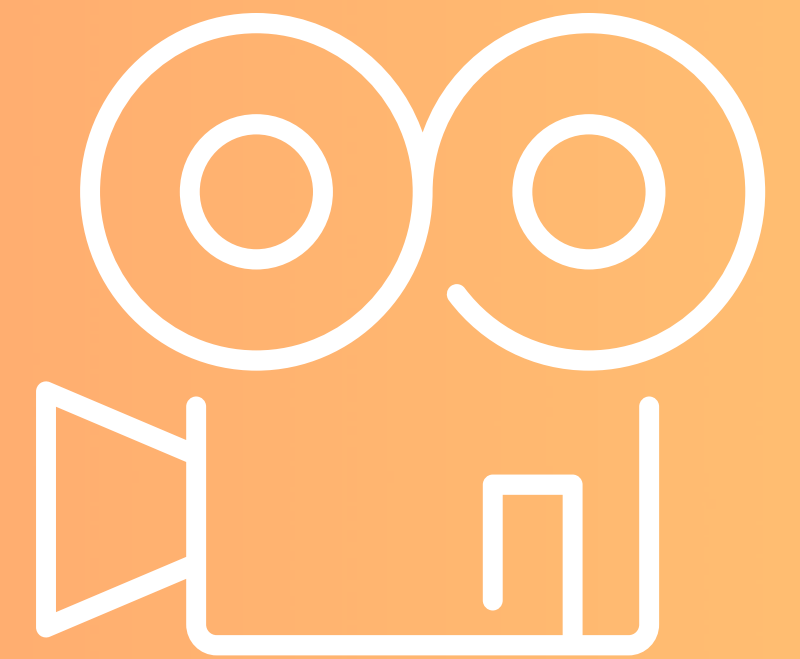


Collaboration directe avec une société de production cinématographique

Si dès la première étape (briefing), un mandant opte pour une **collaboration directe avec une société de production cinématographique**, il convient au préalable de trouver le partenaire approprié, ce qui peut se faire sous différentes formes:

1. Attribution directe

- Recherche de sociétés de production cinématographiques potentielles, établissement d'une longlist/shortlist
- Chemistry meetings: faire connaissance, vérifier le portefeuille de prestations (toutes les sociétés de production cinématographique ne proposent pas tous les packs de prestations susmentionnés), se familiariser avec les processus
- Sélection de la société de production cinématographique
- Développement et mise en œuvre du projet de film





2. Pitch

Une offre comprend **un ou plusieurs projets cinématographiques** ainsi que **le calendrier et le calcul des coûts** correspondant.

Procédure:

- Rédaction du briefing
- Validation du briefing par l'instance décisionnelle suprême
- Recherche de sociétés de production cinématographique potentielles, établissement d'une longlist/shortlist
- Invitation au pitch de 3 sociétés de production cinématographique maximum
- Réalisation du pitch:
 - Rebriefing / discussion sur le briefing
 - Présentation des projets par les sociétés de production cinématographique devant la commission de décision
 - Décision



10 Évaluation des procédures

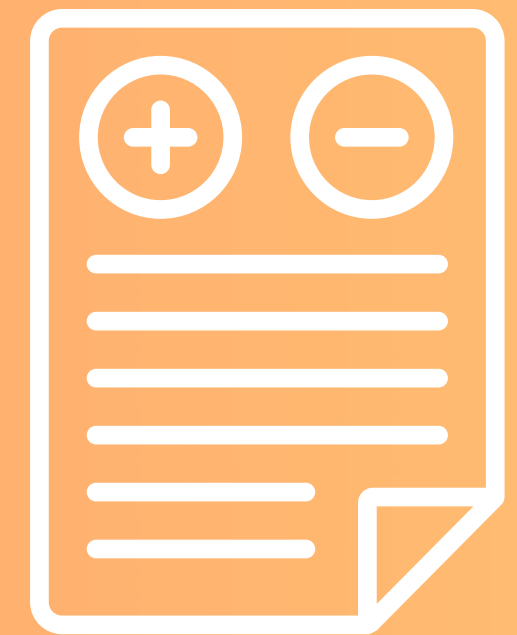


Attribution directe – Avantages

- La société de production cinématographique soutient le client dès le développement du briefing
- Le développement du projet se fait sur des bases solides - storytelling optimisé en matière de coûts, intégration de facteurs techniques de production, disponibilité de valeurs empiriques acquises au cours de nombreuses années, savoir-faire cinématographique approfondi
- Possibilité de dialogue ouvert: les points forts, les points faibles, les opportunités et les risques des projets peuvent être abordés sans pression.
- Moins de temps à consacrer pour le mandant (discussion avec un seul partenaire au lieu de plusieurs)
- L'«alchimie» a plus de poids et conduit à une meilleure compréhension mutuelle
- Collaboration souvent fondée sur une plus grande confiance (néanmoins, des accords clairs sont importants)

Attribution directe – Inconvénients

La concurrence créative est éventuellement moins présente. Pour compenser cet inconvénient, il est recommandé de convenir avec la société de production cinématographique qu'un nombre déterminé de propositions de projets soit soumis)





Pitch – Avantages

- Concurrence créative; selon la structure, des offres créatives plus étendues
- Respect d'éventuelles spécifications et règles internes – légales dans le cas de mandants publics

Pitch – Inconvénients

- Pas de suivi du processus de briefing
- Pas de soutien du processus décisionnel pour savoir quel est le projet qui doit être mis en œuvre parmi ceux présentés (ceci est important, car l'identification des points forts et des points faibles pertinents des projets cinématographiques est exigeante).
- Le dialogue est moins ouvert: lors de l'auto-évaluation, les sociétés de production cinématographique participantes ne montrent que les points forts de leurs projets et rarement leurs points faibles.
- Contraintes plus importantes pour le mandant
- Frais d'indemnisation de tous les participants au concours
- En principe, certaines sociétés de production cinématographique ne participent pas aux pitches ou seulement à un petit nombre de pitches par an

