

LE FINANCEMENT D'UN DOCUMENTAIRE

Philippe Marcoux créateur de la société « Wake Up productions » © France 2



Réalisateur/producteur, Philippe Marcoux a créé la société « Wake Up productions » qui produit des documentaires, des films publicitaires et propose également des concepts de magazines aux chaînes hertziennes. Professeur et responsable du MBA de Production Audiovisuelle à l'ESG (Paris), il évoque pour nous le financement d'un documentaire.

Le préachat TV

Avec un synopsis et une note d'intention, un premier tour de table permet aux chaînes TV de préacheter le documentaire. Elles financent les œuvres à l'heure de programme. Le montant varie suivant la taille de la chaîne. Par exemple, France 5 donne aux alentours de 70.000 € pour un documentaire de 52mn, Arte un peu plus (80 à 100.000 €). Certaines chaînes comme TF1, Canal ou France 2 plus encore...

L'apport du Centre National de la Cinématographie

Le CNC complète le budget des documentaires en utilisant un barème prédéfini. Par exemple, 52 minutes de documentaire sur France 5 à une heure de grande écoute vont générer 36 000 € de CNC. J'ajoute que les banques peuvent faire des avances de trésorerie lorsqu'on leur présente les notes d'intention des chaînes qui préachètent les films.

L'aide publique

Des aides publiques existent au niveau des ministères et des fonds régionaux. Elles sont conséquentes. Si l'on peut tabler sur une moyenne de 10 à 15 000 €,

elles peuvent atteindre 90 000 € pour certaines aides régionales remboursables. Le documentaire que nous venons de produire avec Marathon (L'aventure antibiotique) a bénéficié d'une aide du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche d'un montant de 15.000 €. S'il s'agit la plupart du temps d'aides non remboursables, il existe aussi des aides remboursables.

Les aides européennes

Elles peuvent dépasser les 200 000€. Pour pouvoir bénéficier de ces aides il faut généralement que le film soit préacheté par plusieurs télévisions étrangères (au minimum 4 ou 5) et qu'il fasse, d'une certaine manière, la promotion de l'Europe (savoir-faire, technologie, recherche et développement...). Notre film, « L'aventure antibiotique », a par exemple été soutenu par la Commission Européenne ; il faut dire qu'il avait été préacheté par 8 chaînes étrangères (en plus de France 5 et Arte) et mettait à l'honneur les avancées de la recherche scientifique européenne dans le domaine des antibiotiques.

Le financement international

Pour produire des œuvres à gros budgets, les producteurs doivent nécessairement faire appel à

des financements internationaux. Ils peuvent représenter jusqu'à 50 % du montant total. Il est possible de rencontrer des diffuseurs du monde entier à l'occasion de deux salons spécialisés qui se tiennent à Cannes (MIT TV et MIP COM). L'Union européenne des radiodiffuseurs (l'U.E.R), une association qui regroupe les télévisions publiques des différents pays européens, organise 2 fois par an des séances où les producteurs présentent leurs projets durant 20 minutes devant des acheteurs européens.

Les reventes

Lors du préachat du documentaire, les chaînes TV obtiennent l'exclusivité géographique de la diffusion sur une période qui s'étale de 6 mois à deux ans. Cela n'interdit pas de vendre le documentaire dans un autre pays. Après ce laps de temps, les distributeurs se chargent de le négocier sur le marché du film à l'international. Généralement, les transactions portent sur deux diffusions télé en multidiffusion. De 1 000 € sur une chaîne peu importante, on atteint 40 à 60 000 € sur une chaîne américaine comme Discovery Channel. La maison de production reverse un pourcentage à l'auteur et au réalisateur et une commission au distributeur (entre 30 et 40 %).

Patrick Simon