

Une idée d'émission télé... ça effleure l'esprit et quand ça vous prend, ça vous ne lâche plus. Qui un jour n'a pas eu cette ou ces idées devant son petit écran, là sur son canapé? Avachi et redressé tel Zébulon sur son ressort dès que l'idée de génie jailli ? Des précautions à prendre pour la ou les protéger. Car il suffit d'un seul malin, pour que votre concept (du siècle?) tombe dans sa poche et empoche le jackpot. Il n'attend que vous et votre « fraise » pour vous cueillir. Une fois écrit, pensez à tourner une maquette...c'est vivement conseillé ;o)

Ci-dessous, les questions les plus souvent posées à notre association...

C'est quoi de façon concrète les attributs d'un producteur d'émission TV?

Un producteur TV s'engage à prendre le risque financier quant à mettre en place un programme, un concept, une maquette, un pilote zéro* (*donc diffusable, prêt à l'emploi). Et lui seul doit le supporter. Réalisation, post production et commercialisation du projet. En revanche, la personne faisant appel à un producteur concède pour une période déterminée et jamais AD VITAEM ETERNAM, généralement 2 ans voire 3 ans (négociable). Aussi, penser à une limite géographique dans les droits de sa diffusion afin de pas prolonger l'idée sur le monde entier (abusif). Pays > Régions continent > Continent > Plusieurs continents > Monde! Nota: Il va de soi, que vous travaillerez en total collaboration avec le producteur par conséquent ne vous enfermez pas dans les missions attribuées à chacun...Dans votre carnet d'adresses, vous avez un contact en télé?...allez-y! Vous avez un ami J.R.I pouvant faire vos reportages...mettez le sur le coup.

Si l'on sollicite un sponsor, et qu'il devient partenaire, est-il co-producteur ?

En principe, le sponsor, le partenaire voire le mécène peut imposer une certaine vision du concept, etc et par la même occasion vouloir prendre une place plus intéressante dans le projet. C'est une question de négociation. Tout peut se faire. Mais ne devient pas de facto Co-producteur. Supporte une partie du coût de la mise en place.

Comment évalue-t-on le budget d'une émission TV? Peut-on le faire de façon arbitraire ou bien, y a-t-il des normes à respecter?

Une règle... budgétiser un programme, un concept, une idée doit se faire en 2 temps ou en 2 parties:

- Le coût en lui même pour le réaliser avec toutes les dépenses occasionnées matériellement et humainement,
- Prévoir une marge en cas de dépassement du coût de réalisation...genre incident x, inflation de dernière minute matière première, etc etc Cette marge peut osciller entre 10 et 20% à rajouter sur le budget initial.

Exemple: pour procéder à la construction du programme il faut 10 000 \$ + 10% = compter 11 000 dollars.

Une stratégie à adopter: Plus un programme est abordable pour une chaîne de télévision ou un producteur et plus vous devenez intéressant.

Lorsqu'on a un concept d'émission, peut-on le sécuriser, si oui, dans quel organisme le sécurise-t-on?

Il existe plusieurs moyens de protéger le concept sachant qu'un concept dans l'absolu peut être complètement copié, pillé! Un réalisateur Tv, Directeur de programme ou tout autre intermédiaire peu scrupuleux peuvent tout à fait changer le titre de la dite émission, changer un ou deux modules dans le projet et l'affaire est dans leurs sacs...et n'auront pas la nécessité de payer vos droits d'auteur.

Pour exemple la guerre que ce sont livrés M6 et TF1 sur le concept « Loft Story » et « Nice People » en avril 2003. X points similaires n'ont pas fait de TF1 un copieur. Consulter l'article retraçant l'histoire, c'est [ici](#).

– Il est toutefois conseillé de protéger :

- 1) Par voie postale: Envoyer le dit concept à vous même. Le cachet de la poste faisant foi. Surtout n'ouvrez pas le courrier! - Coût? Le prix d'un timbre et d'une enveloppe.
- 2) Sur internet: Il en existe une multitude ... (choisissez en un)
 - www.copyrightfrance.com Coût? À partir de 9.90 €/le dépôt
 - www.directcopyright.com Coût? À partir de 6.50 €/le dépôt
 - www.information-juridique.com/copyright Coût? À partir de 20 €/le dépôt
 - www.iddn.org/fr (Suisse) Coût? À partir 100 Fr Suisse/10 dépôts
 - www.fradin-huissier.com Coût? À partir 100 €/le dépôt
- 3) Les organismes officiels:
 - 3.1) **U.S Copyright**:
U.S. Copyright Office
101 Independence Ave. S.E.
Washington, D.C. 20559-6000
(202) 707-3000
 - 3.2) **S.A.C.D**:
S.A.C.D - Pôle Relations Auteurs Utilisateurs
9 rue Ballu
75442 Paris cedex 09
 - 3.3) **S.C.A.M** :
S.C.A.M
5 avenue Vélasquez
75008 Paris
- 4) Dépôt chez son avocat: Choisissez un avocat spécialisé (Droit intellectuel de préférence) et demandez lui si vous pouvez communiquer soit par courrier électronique ou par un courrier manuscrit à son cabinet, votre concept. Ceci aura un triple intérêt:
 - 4.1) Notamment émettre l'information à l'extérieur: que vous avez un conseiller spécialisé,
 - 4.2) Un avocat c'est une personne morale ayant prêté serment, gardien de votre projet mais néanmoins soumis au secret professionnel,
 - 4.3) Un spécialiste vous conseillant et défendant vos intérêts!,
– Coût? Selon les rapports que vous avez avec votre conseiller...Ceci peut aller d'un simple accord verbal et gracieux à l'honoraire tarifé à l'heure voire tarifé au forfait, ou
- 5) Dépôt chez un Huissier:
Voir notamment leurs services en ligne, sur le web.
- 6) Dépôt du nom de domaine sur internet: En principe, les émissions Tv ont leurs sites web officiels...Aussi, pensez à déposer son nom de domaine, ce qui peut-être considéré comme un départ d'antériorité ;o)
 - www.ovh.com Coût? À partir de 0.49 €/mois
 - www.1and1.fr Coût? À partir de 1.99 €/mois
 - www.internet-hebergeur.com Coût? À partir de 11 €/an
 - www.hebergeur-discount.com Coût? À partir de 1.00 €/mois
 - www.phpnux.com Coût? À partir de 1.24 €/mois

Afin de bétonner l'ensemble de votre projet, trois conseils:

- 1) Appliquez au moins 5 recommandations citées ci-dessus,
- 2) Renouvelez les services au moment venus. Attention! Ils ne sont pas tous garantis à vie. Par conséquent, lisez bien la date proposée pour re actualiser le service acheté et surtout inscrivez le dans votre planning pour la date de sa reconduction,
- 3) Apposez l'ensemble des dépôts effectués sur votre projet tant au niveau du dossier écrit et de la maquette tournée.

Peut-on proposer le même concept d'émission à plusieurs chaînes de télévision?

- Une fois le projet protégé, c'est recommandé! Et il vous faudra de la patience quant à décrocher un rdv. Une fois obtenue, il est d'usage que les assistants des Directeurs de programmes, les Directeurs de programmes, les animateurs/producteurs, producteurs vous disent d'emblée « vous êtes formidable, quel beau projet...on vous recontactera ». C'est une coutume, un jeu pour certain. Certains restent en plan avec ces louanges depuis près de dix ans et n'avancent par pour autant,
- Une fois le rendez-vous passé(le jour même): Envoyé un e-mail de remerciement. Ceci confirmera qu'ils ou elles vous ont vu...et par conséquent vu le projet!

Et de ce fait, peut-on travailler pour plusieurs chaîne de télé, ou bien, l'embauche dans une chaîne est exclusive?

- Être animateur/trice pour une chaîne et être auteur de X concepts pour d'autres est tout à fait compatible,
- Des exemples de cumuls de chaînes: Thierry Ardisson sur France 2 et Paris Première...Oui mais c'était sans compter la nouvelle politique du Directeur de France Télévision Patrick de Carolis fraîchement arrivé au poste! Plus de cumul possible, il faudra choisir.
Thierry Ardisson a choisi. Ça sera Canal + et Paris Première.

Nota: Les contrats sont contractuels. Entendez par là, qu'il est tout à fait possible de tout admettre, de tout rejeter, de rajouter ou enlever partiellement des clauses. Il faudra négocier. Prévoyez une clause d'indice en cas de succès du dit concept. Même salaire ??!?! alors que vous crevez les taux d'audiences?

Est-ce que proposer un concept d'émission, c'est vendre un concept émission? si non, quelle est la différence?

Souhaitez-vous le proposer à titre gracieux? ;o) Proposer un concept c'est le vendre avec votre vision des choses: un état d'esprit, une méthode de travail, votre savoir-faire, partiellement votre carnet d'adresses, votre image de marque, etc.

Concernant l'appui d'un sponsor, d'un partenaire, d'un mécène:

Il prendra une part du coût de fabrication de l'émission contre l'échange de sa présence au générique (un tiers de la facture ?) ou bien dans l'émission elle même.

Il peut imposer un choix marketing (mettre en évidence sa marque à un moment clé dans le déroulement de la dite émission),

Il peut changer une ou deux lignes du concept...

ou soit, il peut apporter les lots à gagner ou une logistique (partenariat marque de vêtement, soins du corps, téléphonie,etc.)

Avoir ou pas avoir le partenaire lors de la proposition du concept en Tv à la chaîne? Telle est la question...

C'est la chat qui se mord la queue!

Un sponsor démarché sachant que vous avez un accord de principe avec une chaîne sera plus enclin à vous dire « ok!, let's go allons-y! »

Une chaîne sachant que vous avez un sponsor dans l'escarcelle sera plus enclin à s'intéresser à vous et votre BB de projet...

C'est la foire d'empoigne! Mentir à moitié, dire la vérité à moitié...

Un sponsor a son public et une chaîne de télévision aussi. Sont-ils compatibles? Posez-vous la question.

.....