

# PRODUCTION GUIDELINES POUR LA COLLABORATION ENTRE LES AGENCES DE COMMUNICATION ET LES MAISONS DE PRODUCTION INDÉPENDANTES

Mise à jour : 2019

Une collaboration de :



## INTRODUCTION

Grâce à ces guidelines, les maisons de production indépendantes de films publicitaires (représentées par le BCPB et le CFP Belgium) et les agences de communication (représentées par l'ACC) aspirent à une collaboration saine et professionnelle.

Ces directives garantissent une procédure de travail fluide et professionnelle lorsque l'agence de communication décide d'organiser une compétition créative pour la réalisation d'un film publicitaire. Les directives sont claires, logiques et formulées de manière à ce que toutes les parties, et par extension tout le secteur, puissent en bénéficier.

### **RÈGLE D'OR POUR TOUTES LES COMPÉTITIONS:**

**Les unités de production internes et les maisons de production indépendantes ne sont pas mises en concurrence.**

- Une unité de production interne ou une maison de production externe dépendante de facto d'une agence de communication, d'une part, et des maisons de production indépendantes, de l'autre, **NE PEUVENT PAS** être mises en concurrence pour un pitch:
  - SOIT il est question d'une seule offre par une unité de production interne OU par une maison de production indépendante.
  - SOIT il est question d'un pitch entre des maisons de production indépendantes.
- Cette règle d'or s'applique également aux maisons de production externes dépendantes de facto. Une maison de production externe est dépendante à partir du moment où elle:
  - organise elle-même le pitch et / ou
  - en termes de structure d'actionnariat, est liée et / ou n'a pas de fonctionnement autonome par rapport à la partie organisant le pitch.
- Un instrument exclusivement de facturation sera également toujours considéré comme dépendant.

## DE LA COMPÉTITION AU RÉSULTAT FINAL

### **Abréviations utilisées**

- Agence(s) de communication = AC
- Maison(s) de production de films publicitaires indépendante(s) = MPI

### **Début de la compétition / Invitation à la Long List (première liste de sélection)**

- L'AC peut envoyer des scripts à un nombre indéterminé de parties.
- Afin de répondre de manière optimale aux souhaits et aux besoins de l'AC, et par extension de l'annonceur, la MPI a besoin d'informations correctes.
- L'AC fournit donc à toutes les MPI de la Long List, au moins les informations suivantes (dans le formulaire de briefing standardisé):
  - Toutes les informations disponibles à ce moment
  - Le script / storyboard, avec l'information précisant si ceux-ci ont déjà été approuvés par l'annonceur.
  - Une indication du budget et ce que celui-ci doit couvrir.
  - Des indications concernant le planning, si celles-ci sont disponibles.
- Les différentes MPI sont toujours informées par écrit et en même temps.
- Les MPI de la Long List peuvent ensuite envoyer les showreels de leurs réalisateurs. Dans la mesure du possible et dans la mesure où suffisamment de temps a été attribué, les MPI ne présentent que des réalisateurs qui sont disponibles et qui ont lu le scénario.
- L'AC indique toujours clairement la date à laquelle les showreels doivent être remis au plus tard. Les showreels soumis après cette date limite ne seront plus pris en considération pour la compétition.
- L'AC procède à une sélection parmi les showreels présentés afin de constituer une Short List. Les MPI sélectionnées peuvent alors participer au pitch.

## Début du pitch

### Invitation à la Short List

- Un pitch ne peut débiter que lorsque le concept a déjà été approuvé par l'annonceur. Toute exception à cet égard doit être signalée à l'avance.
- L'AC n'invite pas plus de 3 MPI à participer à un pitch.
- Au début du pitch, l'AC informe quelles MPI ont été sélectionnées pour la Short List et donc sont en concurrence. L'AC transmet toutes les informations de briefing utiles (durées, versions, références, moodboards, droits demandés, post-production, etc.) aux MPI par le biais d'un [formulaire de briefing standardisé \(PIBS\)](#)

### Briefing créatif

- À la demande de la MPI, une réunion relative au pitch a lieu entre la création et le réalisateur, afin que celui-ci puisse prendre en compte de manière optimale les souhaits et les besoins de l'AC et de l'annonceur.

## Timing

- La préparation correcte d'un pitch demande du temps. L'AC essaie donc de prévoir un minimum de 5 jours ouvrables entre:
  - le briefing créatif du réalisateur et
  - la date limite pour soumettre la note d'intention, le budget et le planning.Ce timing est clairement indiqué dans le formulaire de briefing standardisé (PIBS).
- Toutes les MPI bénéficient du même temps de préparation.
- Si des changements sont apportés au briefing d'origine, à l'indication de budget, au formulaire de briefing standardisé ou à toute autre information pertinente concernant le briefing, l'AC en notifiera toutes les MPI concernées au plus tard au début du pitch.

## Note d'intention

- Une note d'intention ne dépasse pas, en principe, 20 pages.
- Si la note d'intention soumise par la MPI ne répond pas aux attentes de l'AC, celle-ci en informera par écrit la MPI dès que possible, accompagné d'arguments indiquant pourquoi (et, le cas échéant, de quelle manière) la note d'intention doit être ajustée.

## Budget

- La MPI s'efforcera de respecter l'indication de budget, telle que communiquée par l'AC, dans la mesure où celle-ci est également réaliste. Si l'indication de budget n'est pas réaliste, la MPI devra en informer l'AC le plus tôt possible.
- Le budget de production et tous les éléments de coût inclus dans ce document seront véridiques et conformes aux lois du marché, et ce, à l'égard de toutes les parties.
- L'AC informera clairement à l'avance la MPI si des coûts de supervision interne pour le compte de l'AC devront ou non être inclus dans le budget de production. Ces coûts devront être indiqués de manière transparente dans le budget de production.
- L'AC respectera le budget tel qu'il a été établi par la MPI et transmis par celle-ci à l'AC. Si ce budget de production ne correspond pas aux attentes de l'AC, l'AC devra en informer par écrit la MPI dès que possible, accompagné d'arguments indiquant pourquoi (et, le cas échéant, de quelle manière et dans quelle mesure) le budget de production doit être ajusté.

## Annulation avant attribution

- La participation à un pitch entraîne des coûts considérables pour une MPI (notamment des frais pour les visual researchers, copywriters, graphistes, etc.).
- Des situations où finalement, après avoir accompli tout le pitch, celui-ci s'arrête pour toutes les parties, est à éviter. Dans des cas exceptionnels, ou si cela se produit régulièrement avec la même AC, la MPI peut se tourner vers l'ACC.
- Si aucune MPI ne répond aux attentes en termes de note d'intention et / ou de budget, une consultation entre les MPI concernées et l'AC aura lieu afin de trouver une solution conforme au marché (ajustement du budget et / ou approche du concept créatif). Si les MPI et l'AC concernées n'arrivent toutefois pas à un accord, l'ACC et le CFP / BCBP peuvent être impliqués dans la recherche d'une solution acceptable pour chaque partie.

Si l'AC a des doutes concernant une indication de budget relative à un projet, elle peut toujours demander aux MPI de lui transmettre un ballpark (indication estimative de prix) avant le lancement du pitch.

- Il est donc recommandé que l'AC tente, avec l'annonceur, d'obtenir une compensation pour les MPI participantes, si une production, après livraison complète d'un pitch, n'est finalement attribuée à aucune partie.

### **Commande**

- L'AC confirme toujours par écrit à la MPI qu'elle a été sélectionnée pour la production d'un projet (au moyen d'un bon de commande ou d'un e-mail).

### **Facturation**

- L'AC et la MPI s'accordent sur les conditions de facturation applicables à cette production au plus tard lors du briefing. Les conditions de facturation présentées ci-dessous constituent une bonne base pour les productions nationales et internationales.
- Toute autre condition de facturation éventuelle doit être stipulée dans le briefing, et l'AC et la MPI devront en discuter et l'accepter lors du briefing avant que des coûts ne soient engagés. Une production ne peut jamais être lancée sans que la première avance ait été payée.

#### **Production en Belgique:**

- Acompte de 50% : Après réception de la commande écrite de l'AC, la MPI enverra une facture d'acompte correspondant à 50% du montant total. Cette facture doit en principe être payée avant la réunion de pré-production (et au plus tard 5 jours ouvrables avant le premier jour de tournage)
- Acompte de 25% : La MPI peut facturer un acompte de 25% dès la fin du tournage.
- Si la MPI ne suit pas la post-production, le solde de 50% sera facturé dès la fin du tournage.
- Solde de 25% : La MPI peut facturer le solde de 25% (+ tous les frais supplémentaires convenus) dès que la production a été livrée à l'AC.
- La deuxième facture d'acompte et / ou la facture du solde doivent être réglées au plus tard 60 jours à la fin du mois.

#### **Production à l'étranger:**

- Acompte de 75% : Après réception de la commande écrite de l'AC, la MPI enverra une facture d'acompte correspondant à 75% du montant total. Cette facture doit en principe être payée avant la réunion de pré-production (et au plus tard 5 jours ouvrables avant le premier jour de tournage)
- Acompte de 10% : la MPI peut alors facturer un acompte de 10% dès la fin du tournage. Si la MPI ne suit pas la post-production, le solde de 25% sera facturé dès la fin du tournage.
- Solde de 15% : La MPI peut facturer le solde de 15% (+ tous les frais supplémentaires convenus) dès que la production a été livrée à l'AC.
- La deuxième facture d'acompte et / ou la facture du solde doivent être réglées au plus tard 60 jours à la fin du mois.

### **Annulation après confirmation de la commande**

- Si un projet est annulé après avoir déjà été attribué à une MPI, cette dernière devra alors préparer un budget d'annulation basé sur le budget initialement convenu. Le budget d'annulation contient un aperçu transparent des coûts déjà encourus par la MPI pour ce projet, des frais d'annulation et une partie de la marge perdue.

### **Communication**

- La communication entre l'AC et la MPI s'effectue, sauf indication contraire et si possible, par l'intermédiaire de la personne de contact désignée par l'AC. Cela peut être le TV Producer, l'Account Manager ou une autre personne de contact de l'AC.
- Lorsqu'une AC a désigné une MPI pour la production d'un film publicitaire, la MPI ne prendra pas contact avec l'annonceur au sujet du projet en question, sauf accord contraire. Cela s'applique également aux sous-traitants.
- La MPI s'efforce, dans la mesure du possible, de ne pas remplacer le producteur et le post-producteur pendant tout le processus de production. Si un remplacement était toutefois requis, cela devra être fait en consultation avec l'AC.

## Cast & casting

- La MPI établira des contrats avec les acteurs pour la prestation à exécuter et l'attribution de tous les droits pertinents. Exceptionnellement, ces contrats seront réglés directement par l'AC. Si, dans ce dernier cas, la MPI doit mener des négociations avec les acteurs ou leurs agents concernant la compensation des droits, la MPI sera en droit de facturer une marge.

## Droits dans l'image

- En principe, la MPI veille à ce que tous les droits de ce qui apparaît à l'image (tels que les marques, les œuvres d'art, les meubles, etc.) soient contrôlés et couverts.
- Toutefois, si le script prescrit un élément, un objet et / ou une marque spécifique en tant que composant créatif essentiel, l'AC obtiendra les droits de ce composant.

## Droits de production

- L'AC devra informer la MPI lors du briefing de production pour quels territoires, durées et médias les droits de production devront être accordés.
- Les droits de production sont valables indéfiniment dans la durée, dans les médias et pour les territoires convenus lors du briefing de production. Si d'autres territoires sont ajoutés après la commande, la MPI proposera des droits de production supplémentaires. Idéalement, les pourcentages sont convenus à l'avance entre la MPI et l'AC.

## Assurance de production

- L'AC et la MPI concluent des accords clairs (au plus tard à la commande) concernant les personnes qui seront couvertes par une assurance de production, mais aussi quelle date limite et quels éléments devront absolument figurer dans cette assurance de production.
- Une assurance de production peut consister en une assurance de production globale (assurance tous risques Film) et une assurance de non-comparution (pour le casting, le réalisateur, le directeur de la photographie et d'autres personnes indispensables au tournage).

## Sécurité et législation du travail

- Toutes les parties devront toujours se conformer à la législation applicable en matière de sécurité et de travail (notamment en ce qui concerne la durée de travail et le travail des enfants).

## Confidentialité

- L'AC respecte la confidentialité des budgets de production et des notes d'intention envoyées par la MPI à l'AC dans le cadre d'un pitch.
- La MPI respecte la confidentialité concernant la production et fait le nécessaire pour également le communiquer aux employés et à l'équipe.
- La MPI peut partager des informations sur la production dans la mesure où cela est nécessaire pour la pré-production, le tournage et / ou la production (par exemple, dans l'invitation des acteurs pour un casting).
- La MPI peut montrer le produit fini sur son site internet et/ou sur les médias sociaux, qu'après la publication du film publicitaire dans les médias par l'AC. La MPI montre le produit fini uniquement sur son site internet et/ou sur les médias sociaux. L'AC devra informer la MPI de la date de lancement de la campagne.

## Concurrence loyale

- Toutes les parties s'engagent à agir de manière équitable, responsable et transparente et à respecter les règles de concurrence loyale et des pratiques commerciales loyales.

## Mise en œuvre des directives

- L'association des AC (ACC) et l'association des MPI (CFP Belgium / BCPB) mettent en place un point de signalement confidentiel leur permettant de signaler les violations graves des directives.

Convenu à Bruxelles le 25.06.2019

