

**Nouvelles plateformes de diffusion (YouTube, Studio +...)
Une approche différente de l'écriture ?**

**Lundi 4 juin 2018 de 14h00 à 16h30
A la Maison des Auteurs de la SACD**

Modérateur :

Jérémy Sahel, producteur (Da Prod)

Intervenants :

Inas Chanti et Souad Arsane, co-auteurs et interprètes de *A Genoux Les Gars*

Sophie-Marie Larrouy, auteure et interprète de *l'Art de la guerre 2*

Timothée Hochet, auteur et réalisateur de *Calls*

Samuel Bodin, auteur et réalisateur de *T.A.N.K*

Tristan Schulmann, auteur de *T.A.N.K*

Synthèse : Valérie Ganne

Elisa Fourniret, responsable de la Maison des auteurs de la SACD, ouvre la rencontre en remerciant les intervenants pour leur présence et le CNC de son partenariat. Puis Julien Neutres, directeur de la création, au CNC, rappelle brièvement l'existence du nouveau fonds CNC Talents dédié aux créations diffusées sur le web : « Sont les bienvenus tous les projets libres et gratuits sur le web, quel que soit leur format. Il suffit de postuler en ligne sur la chaîne CNC Talents et d'accompagner votre candidature d'un pitch vidéo de 3 minutes. La principale condition d'éligibilité est d'être suivi par 10 000 abonnés ou d'avoir été lauréat d'un festival dont la liste est disponible sur le site du CNC avec le détail des conditions d'éligibilité. Quelques-uns des lauréats sont d'ailleurs présents sur scène aujourd'hui, dont notre modérateur, **Jérémy Sahel** ». Ce dernier propose ensuite aux intervenants de se présenter.

Sophie-Marie Larrouy a débuté en 2008 chez Mademoizelle.com, site pour lequel elle a créé le personnage de *Vaness' la bomba*, fausse « bloggeuse de mode parisienne influente » qu'elle incarne. Puis, après deux ans de matinale dans l'émission de Maïtena Béraben sur Canal+ où elle jouait cette fois un personnage de « coach de vie », Sophie-Marie Larrouy a créé un spectacle seule-en-scène avec la comédienne Océane-Rose-Marie. Récemment elle a écrit plusieurs livres, dont *L'Art de la guerre 2* chez Flammarion, une suite moderne de *L'Art de la guerre* de Sun Tzu. « Pour la sortie de ce livre, j'ai décidé de réaliser un petit court métrage de promotion, raconte-t-elle. J'ai choisi un chapitre, celui sur les plans culs, celui qui était le plus susceptible d'intéresser les internautes (*rires*). Cette forme de promotion a bien marché et a apporté de nouveaux lecteurs à *L'Art de la guerre 2*. Ce succès m'a donné envie de postuler à CNC Talents et la commission m'a donné une bourse de 30 000 euros qui vont me permettre de réaliser d'autres courts métrages... »

Jérémy Sahel précise que la moitié de la bourse CNC Talent doit être réservée à la production de contenus, puis il cède la parole à **Timothée Hochet** : « J'ai commencé en 2009 sur Dailymotion avec des petites vidéos d'humour, puis j'ai créé ma propre chaîne YouTube en 2011. Petit à petit je me suis éloigné de l'humour pour passer à la fiction de genre, d'horreur et d'anticipation. Je suis monté de Valence à Paris, où j'ai eu la chance d'obtenir un stage de trois mois au Studio Bagel, suivi d'une année de *making of* avec eux. J'ai appris énormément : comment tourner avec un petit budget, dans

un temps réduit, comment gérer une équipe web... J'ai gagné la confiance de quelques personnes et j'ai ainsi pu réaliser *Calls*, court métrage qui ne comprend que des enregistrements sonores. Je l'ai réalisé avec un téléphone portable et mon ami Norman Tonnelier au son. Le producteur de Studio Bagel, Lorenzo Benedetti, a alors proposé à Canal+ de l'adapter en série sonore de dix épisodes. Et aujourd'hui nous écrivons la deuxième saison. C'est un registre assez réaliste, avec un son pas toujours net ou intelligible. Nous jouons avec le spectateur-auditeur, ce qu'il comprend, ce qu'il imagine. »

Le réalisateur **Samuel Bodin** se présente à son tour brièvement : « Je n'ai pas commencé par Internet mais par une série pour la chaîne OCS : *Lazy Company*. Je suis ici aujourd'hui en tant que coauteur de la série digitale *T.A.N.K* qui a été réalisée pour la plateforme Studio+ ». Studio+ est une application sur téléphones et tablettes lancée par Canal+ en 2016 : pour un forfait mensuel d'environ 4 euros, l'utilisateur a accès à des programmes d'un format novateur de dix fois dix minutes. Quant à **Tristan Schulmann**, il a écrit surtout des longs métrages pour le cinéma avant de travailler sur *T.A.N.K* avec Samuel Bodin. Et il avoue ne pas avoir Internet...

Souad Arsane est quant à elle présente à cette table ronde pour *A genoux les gars* d'Antoine Desrosières, un long métrage dans lequel elle a joué et qu'elle a co-écrit. En salles le 21 juin, ce film sera également diffusé sous forme de série sur YouTube, sous le titre *Yasmina et Rim*. C'est une comédie sur le harcèlement par *sextape* dont est victime une jeune fille qui s'en sortira avec l'aide de sa sœur. **Inas Chanti**, qui incarne cette grande sœur, est également scénariste d'*A genoux les gars*. Elle rappelle que tout a commencé en 2014, par le précédent moyen métrage d'Antoine Desrosières, *Haramiste*, dans lequel elles tenaient les deux premiers rôles. « C'est de ce film qu'est venue l'idée du long métrage que nous avons coécrit avec Antoine Desrosières et Anne-Sophie Nanki. A partir de ce premier scénario, nous avons répété quatre mois avec les deux autres comédiens, pour aboutir à un scénario final qui faisait 410 pages. » Présent dans le public, le réalisateur **Antoine Desrosières** précise que le film dure 100 minutes et la série 300 minutes. « Et si un jour les acteurs jouent tout le texte du scénario en continu, ce que l'on fera peut-être en radio, cela durerait 13 heures ! »

Des extraits des programmes cités sont projetés avant que la discussion ne reprenne.

La série T.A.N.K

Le scénariste **Tristan Schulmann** explique qu'il a commencé à travailler sur *T.A.N.K* en réponse à une offre de Studio+ : « Avec le producteur, nous voulions une série d'action de 10 fois 10 minutes, très « premier degré ». Ce n'était pas du cinéma sans être tout à fait de la télévision. Mais nous souhaitions aussi que Samuel Bodin en soit le réalisateur car nous savions qu'il saurait créer une série atypique. Il n'était pas libre ; et dès qu'il l'a été, nous avons écrit ensemble *T.A.N.K*, qui est devenue la série « tête de gondole » de l'application Studio+. »

« J'avais écrit au départ un traitement de 20 pages dans la perspective d'un long métrage, poursuit **Tristan Schulmann**. Manuel Alduy, qui était responsable des nouveaux formats à Canal+, est venu me proposer de tenter le format de 10 fois 10 minutes. Personne ne savait vraiment comment les gens consommeraient des séries sur leurs *smartphones*. On a écrit en tâtonnant : par exemple, fallait-il neuf *cliffhangers*, un à chaque fin d'épisode ? Ou plutôt se contenter de simples relances ? On ne connaissait pas les attentes des futurs utilisateurs. » Tristan Schulmann a travaillé environ six mois à l'écriture de la première saison de *T.A.N.K*, entre juin et décembre 2015. Puis Samuel Bodin est arrivé

sur le projet en janvier 2016 pour un tournage mi-février : « On a donc écrit tous les deux très vite en seulement un mois. » **Samuel Bodin** continue : « Quand le producteur Empreinte Digitale est venu me chercher sur le projet, Tristan avait déjà beaucoup écrit. La structure était là, les dix épisodes étaient déjà dialogués, mais le ton ne m'allait pas du tout. Or la production était déjà lancée : j'ai donc commencé les repérages tout en réécrivant avec Tristan, en tirant le ton vers la comédie. Tous les os étaient là, on a simplement changé la chair. »

Jérémy Sahel rappelle que le premier appel d'offre de Studio+ stipulait que les séries ne devaient pas se tourner en français et ne surtout pas être des comédies. « Et voilà que *T.A.N.K.*, série phare de Studio+, est une comédie qui parle français (*rires*) ! C'est un vrai paradoxe. »

« C'était un pari, explique **Samuel Bodin**. Le scénario initial était très premier degré, très physique, avec beaucoup d'action. Moi au contraire, je voulais détendre les choses, nous n'avons pas hésité à écrire des épisodes entiers de conversation dans les voitures ou d'errance, plutôt que des successions de scènes de courses-poursuites. »

A **Jérémy Sahel** qui leur demande quelle a été l'audience de *T.A.N.K.*, les deux scénaristes ne peuvent donner de chiffre précis concernant les abonnements à l'application Studio+. « On a le même problème avec la réalité virtuelle, rappelle **Jérémy Sahel**. On produit, on écrit ou on réalise des programmes auxquels les gens n'ont pas accès de la façon la plus naturelle possible. » En revanche, la série *T.A.N.K.* a été diffusée sur Canal+ et la chaîne a été très satisfaite de l'audience, d'autant qu'une saison deux a été commandée et tournée. « Comme Studio+ était convaincu par la première saison, ajoute **Samuel Bodin**, nous avons eu une liberté totale au niveau de l'histoire, du lieu de tournage et de la langue. Donc nous avons tourné en Corée du Sud et il y a même des dialogues moitié en Français et en Coréen (*rires*)... »

Les deux auteurs enchaînent sur leurs futurs projets : « Je voudrais maintenant m'attaquer à des formats plus longs, commence **Samuel Bodin**. Mais j'ai beaucoup aimé ce format de 10 minutes, un format électrique ! » Quant à **Tristan Schulmann**, il continue surtout pour le cinéma. « Mais je trouve ça impressionnant qu'une vidéo YouTube puisse toucher tellement plus de spectateurs qu'un film. Mais je suis déjà trop vieux pour Internet... (*rires*) »

La bloggeuse Sophie-Marie Larrouy

Jérémy Sahel présente **Sophie-Marie Larrouy** comme une jeune femme à « grosse empreinte numérique » avant de lui demander comment elle travaille. « Le web représente une autre économie que le cinéma ou la télévision, explique-t-elle. On produit beaucoup en étant très peu payé. C'est pour cela que l'aide CNC Talents est vraiment utile, non seulement financièrement mais également en termes de reconnaissance. Personnellement, je veux faire des dramédies naturalistes. Des séries dans les centres commerciaux, des histoires avec des vins d'honneur. J'aime parler de la France des ronds-points. Je viens d'un coin d'Alsace qui était un vrai désert culturel. J'ai été littéralement sauvée par Internet où j'ai découvert une richesse de contenus dingue. Dès que j'ai eu l'opportunité de produire des contenus moi-même, je me suis lancée. Et je suis fière d'être présente aujourd'hui à cette table ronde : cela prouve qu'il existe des ponts entre la vie que j'ai fuie et ma vie d'aujourd'hui. »

Une série et un film en parallèle, *A genoux les gars*

Sophie-Marie Larrouy en profite pour dire à quel point elle a adoré *A genoux les gars*. « C'est beau de faire un film de cinéma, mais c'est intéressant aussi d'amener le cinéma chez les gens avec une série. Quant à sortir un film et une série en même temps c'est vraiment le futur ! Le monde du cinéma était inaccessible pour moi mais en voyant *A genoux les gars* j'ai réalisé que le cinéma pouvait aborder des sujets qui me touchent, des sujets importants du quotidien. » « Il y a deux raisons au fait qu'*A genoux les gars* soit devenu à la fois un long métrage et une série, raconte **Inas Chanti**, comédienne et co-auteure du projet. D'abord, nous avons beaucoup d'images pour le film et c'était dommage de ne pas utiliser toutes les scènes. Mais surtout, comme nous voulions parler de sujets importants pour les jeunes et qu'ils ne vont pas au cinéma, autant essayer d'aller les chercher sur YouTube. »

« Une vidéo réalisée en quatre semaines sur YouTube peut avoir quatre millions de vues sans aucune autre médiatisation, souligne **Jérémy Sahel**, quand en parallèle tout le monde parle d'un film qui a mis quatre ans à se faire et ne touche que 100 000 personnes en salle. »

« C'est un peu l'ancien et le nouveau monde, résume **Sophie-Marie Larrouy**. Mais a-t-on besoin d'un article de journal à montrer à ses parents ? Est-ce que quatre millions de vues ça n'est pas déjà suffisant ? »

« On a le droit de tout avoir et tout vouloir », rétorque **Jérémy Sahel**. Il demande ensuite à Inas Chanti et Souad Arsane si elles ont envisagé, quand la série sera accessible à tous sur YouTube, comment elles réagiront face à un public indésirable qui va forcément se manifester, face aux trolls et autres *haters* ?

« Nous avons fait la série et le film pour que les gens en parlent, répond **Inas Chanti**. S'ils étaient consensuels, ça n'aurait aucun intérêt. Aujourd'hui, ceux qui ont vu le film l'adorent ou le détestent. Personne ne reste indifférent. Au moment de la sortie d'*Haramiste*, j'avais reçu des messages agressifs, auxquels j'ai commencé à répondre mais je me suis vite rendue compte que cela ne servait à rien. » Quant à **Souad Arsane**, elle préfère ne pas lire les articles, ne pas regarder les interviews et ne pas répondre aux commentaires sur internet.

« Je ne réponds jamais aux commentaires, ajoute **Sophie-Marie Larrouy**. Pour *Vaness' la bomba* par exemple, je recevais des commentaires sur le fait qu'elle était grosse, mal habillée, trop maquillée. Mais comme c'était fait exprès, ça ne me touchait pas. J'avais peu de commentaires méchants au final. Quand c'est négatif, je ne réponds pas. Par contre, j'utilise beaucoup les *lives* sur Instagram. C'est une façon de prendre le pouls de ceux qui me suivent, de savoir ce qu'ils ont envie de voir. Par exemple ce matin, j'ai proposé de réaliser de faux CV vidéo, une de mes passions, pour voir si ça intéressait quelqu'un... » **Jérémy Sahel** rappelle qu'un des premiers sketches de Cyprien qui a cartonné était d'ailleurs un faux CV vidéo.

Le projet *Calls* et sa suite

Le modérateur demande ensuite à **Timothée Hochet** de revenir sur son parcours de réalisateur sur YouTube puis d'une série pour Canal+.

« J'ai réalisé plusieurs courts métrages qui ont été diffusés via Internet, jusqu'à *Calls* qui a été mis en ligne sur YouTube. Ce court réalisé uniquement avec des sons était précédé d'un message proposant l'interaction avec le public : il y a eu beaucoup de discussions entre les spectateurs qui proposaient des théories, se répondaient, s'embrouillaient. Quand j'ai développé *Calls* en série pour Canal+, cette

interaction m'a manqué. Mais c'est le seul point faible : j'ai travaillé avec de supers comédiens et des moyens techniques dont je n'aurais pas bénéficié sur YouTube. Canal+ a acheté les droits du court métrage, nous a commandé dix épisodes de 10 à 15 minutes chacun. Ce sont des épisodes indépendants à concepts sonores : la boîte noire d'un avion, une exploration sous-marine, des dictaphones... Il nous a fallu trois à quatre mois d'écriture, avec deux coauteurs, Clémence Setti et Norman Tonnelier. Pour la première saison, Canal+ nous a laissé une grande liberté. Le premier court métrage est toujours en ligne et certaines personnes découvrent d'ailleurs la série *Calls* grâce à lui. Trois épisodes de la saison 1 de Canal+ sont disponibles sur YouTube, mais pas la série complète car le concept a été racheté par une chaîne américaine pour une adaptation. Nous sommes en train d'écrire la saison 2 pour Canal+. »

A **Jérémy Sahel** qui lui demande quels sont ses futurs projets, **Timothée Hochet** indique : « Je garde Internet pour des idées que je ne veux pas développer sur le long terme, comme récemment un nouveau court métrage qui va être diffusé sur YouTube. Mais mon objectif reste de faire du cinéma. Je travaille étape par étape, d'abord en passant par le Web en solo, puis par Studio Bagel en équipe, puis avec Canal+. La télévision peut devenir un pont entre le Web et le cinéma, deux univers séparés par une barrière. Mes prochains projets seront des films de genre, avec des images cette fois-ci (*rires*) ! J'aime les films d'horreur, ce sont mes souvenirs les plus forts, j'ai grandi avec ça. »

Le web comme vitrine

« Le Web sert à montrer la qualité de son travail et à rencontrer des gens », remarque **Jérémy Sahel**.

« Tout à fait, répond **Timothée Hochet**. J'ai regardé récemment une *master class* de Scorsese où le cinéaste expliquait qu'aujourd'hui on n'a aucune excuse pour ne pas faire d'images si l'on en a envie. Déjà dans les années 70 n'importe quel adolescent qui voulait une caméra pouvait l'acheter. Maintenant c'est encore plus facile. D'autant que nous avons des plateformes de diffusion qui n'existaient pas. Que ça prenne des mois ou une semaine à réaliser, avec ou sans budget, on peut montrer ce qu'on vaut vraiment. On met son âme dans son film et des opportunités s'ouvrent. »

« Internet offre aussi la possibilité de prouver qu'on peut avoir un public, complète **Jérémy Sahel**. Les acheteurs s'intéressent à nos programmes parce qu'ils estiment qu'ils font de l'audience ou qu'ils sont de qualité. Dans l'idéal, les deux à la fois. »

Sophie-Marie Larrouy précise cependant qu'en tant que femme, « il est plus difficile d'obtenir des abonnés sur YouTube. On se laisse moins le droit de parler de ce dont on a envie. Il n'y a pas beaucoup de sujets « autorisés » entre la beauté ou le féminisme... D'autant que dès qu'il y a un bout de peau qui est montré, on peut être censurée ou démonétisée par YouTube. Pourtant, il faut produire quelque chose qui nous ressemble. Même si ça a l'air bizarre, comme la série audio d'horreur de Timothée Hochet ! Tant que ça vient du cœur, le succès sera au rendez-vous. »

L'audience et le business

« Comment travaillez-vous l'audience de vos programmes en amont ? demande un auteur dans le public. Comment savoir à qui vous vous adressez ? »

« La question se pose davantage pour Studio+ : les producteurs ont une ligne éditoriale, la demande crée l'offre, lui répond **Sophie-Marie Larrouy**. Pour les indépendants et YouTubeurs, c'est l'inverse :

l'offre crée la demande. Nous avons davantage de liberté. Je me souviens que lorsque je travaillais pour Canal+ dans une émission, tout le monde me demandait de « faire du *Bref* » parce que c'était le programme qui marchait à cette époque. »

« Notre travail d'écriture sur *T.A.N.K* se faisait avec les producteurs d'Empreinte Digitale, souligne **Samuel Bodin**. On ne se posait pas de questions d'audience. »

« On lutte dans son cœur et avec son compte en banque contre ce que veulent nous imposer les autres, reprend **Sophie-Marie Larrouy**. Or je suis convaincue qu'il n'y a que la sincérité qui fonctionne. On a envie de nouveaux formats, de trucs originaux. »

« Il faut pourtant se poser parfois la question de l'audience en amont, ajoute **Timothée Hochet** : quand on veut vendre un programme à une grande société, comme Netflix par exemple, il faut forcément réfléchir à qui va regarder cette série. Dès qu'il y a de l'argent en jeu, les financiers veulent savoir. Pour la saison 1 de *Calls*, Canal+ nous avait demandé des pitches de 3 phrases pour les dix épisodes de 10 à 15 minutes chacun. Pour la saison 2, nous écrivons une page de pitch par épisode, il faut davantage convaincre. »

« Ce que je comprends, c'est que les gens veulent juste faire du *business* ? » demande soudain **Souad Arsane (rires)**.

« C'est plus compliqué que ça, explique **Jérémy Sahel** : nous sommes tous éditeurs de contenus, dès qu'on écrit des statuts Facebook ou des tweets. Quand nos copains Facebook ne rient pas de nos commentaires ou ne *likent* pas, ce n'est pas bon signe. C'est une première forme d'audience. »

« Il y a bien sûr une dimension *business* à prendre en compte, reprend **Sophie-Marie Larrouy**. Mais ce n'est pas notre travail d'auteurs. Tant que tu n'as pas de producteur, tu t'inquiètes toi-même de ton public. Et après tout, c'est aussi notre métier de savoir faire plusieurs choses. Mais assez vite, il faut trouver des producteurs qui s'en occupent pour nous. »

« On fait ce qu'on veut avec son propre argent, ajoute **Jérémy Sahel**. Que ça marche ou pas, ça ne regarde que nous. Quand j'ai lancé ma première chaîne de contenu YouTube, je ne prenais en compte que la qualité des programmes, sans penser au public. Je pensais naïvement : « si c'est bien, ça fera de l'audience. » Ça n'a pas marché, ça a tenu trois mois... Si la série tirée d'*A genoux les gars*, qui va s'appeler *Yasmina et Rim*, n'atteint pas les jeunes filles de 20 à 30 ans, je considérerai ça comme un échec. Parce que la série parle de sujets qui les intéressent, comme le harcèlement, le chantage à la *sex-tape*, les relations entre les garçons et les filles. Ça voudra dire qu'on n'a pas su trouver notre audience. Sur Internet il faut penser la création avec la promotion. *Stream and pray*, comme disent les Américains, ça ne marche pas : mettre en ligne et prier, ça ne suffit pas, il faut agir. C'est logique : si un auteur propose un projet qui ne fera pas d'audience, le producteur ne peut pas investir des millions. En revanche, si l'auteur partage le risque avec son producteur, ils perdent ou gagnent ensemble. »

La rémunération des auteurs

Présente dans le public, **Sophie Deschamps**, scénariste et ancienne présidente de la Sacd, demande aux auteurs de la table ronde comment ils sont rémunérés pour la diffusion Internet : « Comment se fait le partage de la valeur ? »

Selon **Jérémy Sahel** : « Aujourd’hui, sur YouTube les auteurs gagnent davantage que les propriétaires de la chaîne. Car les recettes publicitaires de la plateforme ont énormément baissé et sont maintenant inférieures à la totalité des droits SACD générés par les programmes vers les auteurs. Avec 3 millions de vues, certains auteurs peuvent toucher disons 3 000 euros quand les producteurs ne recevront que moitié moins (ce sont des chiffres un peu arbitraires). Disons qu’au royaume des pauvres, les auteurs sont mieux lotis. »

Tristan Schulmann précise ne pas avoir reçu de droits d’auteur pour la série *T.A.N.K* avec Studio+. « Nous avons accepté un forfait. En revanche nous avons touché des droits d’auteurs pour la diffusion sur Canal+. »

Sophie Deschamps reprend alors la parole pour expliquer à quel point cette question est importante, puisqu’il s’agit de la préservation du droit d’auteur pour l’avenir. « Chaque nouvelle plateforme qui arrive sur le marché de diffusion des programmes est obligée de signer un contrat avec la SACD. C’est un combat pour nous. Par exemple, Canal+ avait récemment décidé de ne plus distribuer de droits d’auteurs, ce qui est donc valable pour Studio+ qui appartient à la chaîne. Sur YouTube il existe une petite redistribution financière à partir d’un certain nombre de vues, mais ce n’est pas le cas pour Blackpills et Studio+. Il faut que tout le monde reconnaisse l’importance du partage de la valeur. »

Sophie-Marie Larrouy regrette quant à elle le manque d’informations à ce sujet à destination des auteurs : « Quand je suis rentrée à Canal+ pour y réaliser des chroniques, personne ne m’a expliqué mes droits, ni même parlé de l’existence de la SACD. Je l’ai découverte quand j’ai écrit et joué un spectacle au théâtre. En tant qu’auteur, on nous demande toujours la lune pour avant-hier, on s’investit physiquement pour boucler à temps et résultat, on ne sait pas s’occuper de nos droits. On manque de producteurs pour nous soutenir. » **Souad Arsane** et **Inas Chanti** qui ont débuté à 18 ans, avouent qu’elles ne savaient pas grand-chose et que c’est le réalisateur, Antoine Desrosières, qui leur a expliqué le fonctionnement des droits d’auteurs de la SACD. « En tant que producteur, ajoute **Jérémy Sahel**, je demande toujours aux auteurs avec qui je travaille de déclarer à la SACD. Il suffit de remplir un formulaire. Je leur répète cent fois. Et c’est précisé dans les contrats d’auteurs. »

« C’est par votre génération que doit passer l’information, renchérit **Sophie Deschamps**. A la SACD, nous faisons tout ce que nous pouvons pour que ça se sache, nous faisons des interventions dans les écoles mais il faudrait améliorer la communication. Les producteurs devraient aussi communiquer sur le sujet. Et il faudrait sans doute inventer quelque chose de neuf pour que l’information circule. »

Présent dans le public, **Raphaël Tilliette**, fondateur de Paper to Film, plateforme de mise en relation entre producteurs et auteurs, prend la parole : « En France, il y a à la fois une phobie administrative et une idée romantique de l’auteur-créateur. Nous faisons partie de cette génération qui a besoin de faire connaître aux scénaristes leurs droits. Paper to film communique aussi sur ces sujets. Auteur c’est un métier, et le CNC, la SACD, la Sacem font tout pour que ça se sache. »

Un autre participant dans la salle évoque le réseau de YouTubeurs Wizee, qui travaille comme agents ou intermédiaires auprès des auteurs. **Jérémy Sahel** met cependant en garde les scénaristes contre certains réseaux de YouTubeurs qui ont abusé de la situation en faisant signer à des auteurs des contrats sur trois ans, renouvelables tacitement, contre 40% de leurs recettes.

Un autre auteur cite la chaîne du web Rouge Vert Bleu qui fait passer des informations sur le métier, à travers des entretiens avec des scénaristes ou réalisateurs. Enfin, Sophie-Marie Larrouy évoque également le site Youdeo, un agrégat de chaînes YouTube et plateforme de partage de conseils.

En tant que producteur, **Jérémy Sahel** ajoute quelques exemples de rémunération : « J'ai écrit et produit une Web série qui a fait 5 millions de vues : *Breaking bed*, la série qui casse le sommier (*rires*). J'ai reçu en tout et pour tout 700 euros de rémunération. Le programme a été démonétisé par la plateforme qui considérait qu'il y avait trop de sexualité. Heureusement, ensuite j'ai produit le court métrage d'une des auteurs de cette série : son film a bien circulé en festivals, on l'a vendu à Canal+ et on a pu gagner notre vie. YouTube me permet de trouver des auteurs, des comédiens, d'essayer des choses. Quand je débute avec un auteur, je le paie peu, c'est à dire entre 1000 et 2000 euros. Mais ça me permet de construire autre chose avec lui sur le long terme, que son programme soit montré en festival, éligible à une aide du CNC. Il n'y a pas encore de réel modèle économique. Les seules plateformes qui sont bénéficiaires en ce moment sont des réseaux comme Mixicom qui vend de l'influence sur un modèle publicitaire. » **Jérémy Sahel** donne un autre exemple, Américain cette fois-ci : « Un de mes courts métrages préféré s'appelle *Kung Fury* de David Sandberg. Il a été financé aux États-Unis avec un crowdfunding de 600 000 dollars, a été sélectionné à la Quinzaine des Réalisateurs à Cannes, puis diffusé sur YouTube gratuitement. Le court métrage a rassemblé 30 millions de vues, ce qui a dû rapporter au réalisateur 40 000 euros seulement. Mais il peut maintenant réaliser son long-métrage avec plus de facilité. »

« Sait-on combien gagne YouTube sur les vidéos que diffuse la plateforme ? » demande **Antoine Desrosières**, réalisateur d'*A genoux les gars*, présent dans la salle.

Jérémy Sahel lui répond : « On sait que le créateur de la chaîne YouTube touche un pourcentage de la publicité (55%) donc il reste 45% pour la plateforme, sur lesquels sont reversés les droits Sacem et SACD. En revanche les recettes des publicités diffusées sous la fenêtre de diffusion des vidéos principales reviennent à 100% à YouTube. Mais ils disent pourtant qu'ils perdent de l'argent. »

Du Web au cinéma et vice-versa

Un scénariste dans la salle demande à Timothée Hochet et Samuel Bodin comment ils ont fait pour passer du Web au cinéma en tant que réalisateurs.

« Je ne peux pas vraiment répondre à cette question, avoue **Samuel Bodin**. Ma démarche a d'abord consisté à aller rencontrer des producteurs. Je n'ai pas eu besoin de passer par le web. J'ai réalisé quelques courts métrages autoproduits, avec les conseils de la SACD d'ailleurs, mais quand j'ai eu besoin de davantage d'argent pour réaliser des choses plus ambitieuses, j'ai cherché des producteurs. Je ne suis donc pas réellement passé du Web au cinéma. » Quant à **Timothée Hochet**, il raconte que c'est en venant à Paris que tout s'est déclenché. « J'ai eu la chance d'obtenir un stage au Studio Bagel, ensuite j'ai bénéficié de contacts, du réseau, j'ai pu savoir à qui envoyer mes textes ou mes idées... La transition a été très facile pour l'instant, même si je sais que normalement c'est plus difficile. »

Jérémy Sahel demande ensuite à **Antoine Desrosières** pourquoi après le long métrage *A genoux les gars*, l'équipe est repartie sur une Web série ?

« C'est un peu le monde à l'envers, puisque nous sommes allés du cinéma au Web, raconte le réalisateur. Notre premier scénario, écrit avec Anne-Sophie Nanki, a reçu l'avance sur recettes. Puis

un travail de quatre mois avec les acteurs a abouti à un nouveau scénario de 410 pages. D'habitude, le scénario sert à fabriquer un film et au montage financier. Ici, après les répétitions, le scénario était transformé. Le chef opérateur découvrait ce qu'il filmait pendant qu'on tournait, même la productrice croyait que c'était de l'improvisation au tournage ! On a été le plus libre du monde, puisque nous n'avions pas de diffuseur télévisé, seulement Rezo, distributeur en salle. On a tourné 18 jours, soit 820 minutes utiles au total, un important matériel de rushes. Le long métrage a été monté dans une logique de narration classique d'un film de 100 minutes. Chaque séquence était une histoire en elle-même et pouvait devenir un épisode de 8 à 15 minutes : un long métrage n'étant pas suffisant pour montrer la totalité de notre travail, nous avons réalisé la série pour le Web. Nous voulons faire réfléchir les jeunes sur la question du consentement. Mais comme le disait Inas Chanti, les jeunes vont peu au cinéma, ou alors pour voir d'autres films que le nôtre. On voulait donc absolument proposer une série sur le Web. Je voudrais ajouter que je suis atterré par la non existence économique de ce modèle de la création sur le Web, que je découvre : la série ne fera vivre personne, alors que tout le monde a été payé sur le film. Ce qui a rendu possible l'existence de notre film c'était l'avance sur recettes et pourtant c'est sur YouTube qu'il sera peut-être le plus vu. J'espère que dans dix ans, les auteurs gagneront leur vie sur le Web... On est dans le paradoxe de la culture gratuite : on ne peut pas à la fois télécharger ou regarder des films en *streaming* et se plaindre de ne pas être rémunéré comme créateur pour le Web. Les gens qui font de la culture ne gagnent plus leur vie avec. On scie la branche sur laquelle on est assis. »

Quel est le public du web ?

Jérémy Sahel explique qu'aujourd'hui la majorité des consommateurs YouTube a entre 15 et 25 ans. « On espère qu'ils vont vieillir, mais ceux de plus de 25 ans ne s'abonnent pas et sont difficiles à fidéliser. » La chaîne Netflix propose aussi des séries de 10 fois 10 minutes qui ont une clientèle plus âgée, plutôt entre 30 et 40 ans. Un auteur du public raconte avoir rassemblé 300 000 abonnés en un an sur YouTube, « uniquement en disant ce que j'avais à dire. On est des pirates et on construit un nouveau modèle économique. Il faut voir ce qu'il y a de positif plutôt que ce qui manque. La tranche d'âge du public c'est un argument de producteur : en pratique on ne peut jamais savoir quelle tranche d'âge on va toucher. Notre matière première, c'est l'attention des gens, quelque chose qui n'est pas palpable. Il faut continuer, ne pas avoir peur d'être sincère et se serrer les coudes. »

Jérémy Sahel conclut donc : « On a tous de très bonnes raisons de se plaindre, mais effectivement on a aussi de très bonnes raisons d'être heureux de notre situation. »

Mini Biographies

Jeremy Sahel, CEO de Da Prod est un jeune producteur. Il a la chance de faire un métier où l'on reste jeune très longtemps. Après quelques années (trop et pas assez) consacrées à l'étude de la médecine, il réalise des documentaires avant de se lancer dans la production. Depuis il développe des projets aussi bien en série que pour le cinéma, les nouvelles écritures en passant par la réalité virtuelle. Tous ceux qui ont eu la chance de le côtoyer décrivent un homme incroyablement intelligent, beau et surtout vraiment drôle.

Souad Arsane et **Inas Chanti** ont toutes deux tenu leurs premiers rôles dans *Haramiste* d'Antoine Desrosières. En 2016, elles ont interprété ensemble *06.15...* une fiction sonore de Pauline Peyrade, réalisée par Christophe Hocké, diffusée sur France Culture. En 2018, elles sont coscénaristes et tiennent les rôles principaux du long métrage *A genoux les gars* réalisé par Antoine Desrosières (en sélection officielle à Cannes à Un certain regard) et des trois saisons de la série web *Yasmina et Rim* (sorties prévues fin juin 2018).

Timothée Hochet est un scénariste et réalisateur de 24 ans. Passionné de cinéma, il met en ligne ses premiers courts métrages en 2009 et en a réalisé plus d'une vingtaine depuis. En 2017, il crée la série *Calls* diffusée sur Canal+, qui propose des expériences auditives horribles immersives à ses spectateurs. Il a notamment tourné avec Mathieu Kassovitz, Marina Foïs, Charlotte Le Bon ou encore Gaspard Ulliel. Il est actuellement en pleine écriture de la deuxième saison de *Calls*.

Samuel Bodin a d'abord eu une formation de comédien au conservatoire régional de Tours puis à l'école d'art dramatique de Cannes et Marseille (ERAC). A 20 ans, il fonde avec Alexandre Philip et ses collègues la compagnie Les Gueuribands au sein de laquelle il co-écrit, joue et met en scène. Après être sorti de l'école supérieure de Cannes, il joue pendant trois ans au Centre Dramatique de Tours en tant que comédien permanent. En parallèle, il réalise cinq courts-métrages dont *Kim* et *Folles d'Adam*, écrit par Julien Honoré et acheté par Canal+. De 2005 à 2010, il écrit et coréalise avec Julien Mokrani plusieurs clips et court-métrages, dont *Ashes to ashes* et un clip pour le groupe Gojira : *Vacuity*. En 2011, il retrouve Alexandre Philip avec lequel il crée la série *Lazy Company*. Il réalisera et co-écrira les trois saisons (10 fois 26 minutes chacune). *Lazy Company* remportera le prix de la meilleure série au festival de la création télévisuelle de Luchon, ainsi que celui de la meilleure série 26 minutes au festival de la fiction télévisée de La Rochelle. Elle sera aussi adaptée en bande-dessinée chez Delcourt. Samuel en écrit le premier tome. En 2016, il réalise et co-écrit la série *T.A.N.K* pour Studio+. La série recevra au festival de la fiction télévisée de La Rochelle le prix de la meilleure série digitale et celui de la meilleure réalisation (toutes catégories confondues). En 2017, il co-écrit et réalise une deuxième saison de *T.A.N.K*, tournée en totalité en Corée du Sud, au cœur de Séoul.

Tristan Schulmann

En 1996, à l'âge de 14 ans, Tristan Schulmann gagne un concours de pitch organisé par Quentin Tarantino et s'envole pour Los Angeles afin de rencontrer le réalisateur de *Pulp Fiction*. Après avoir réalisé le court-métrage *Crimes et Déguisements*, il écrit et réalise en 2007 pour Canal+ le documentaire culte *Suck my Geek !*, bientôt suivi de *V viande d'Origine Française*, consacré au cinéma de genre hexagonal. Depuis 2013, il se consacre essentiellement à l'écriture de scénarios avec à son actif la comédie d'horreur *Goal of the Dead*, le premier film de Clovis Cornillac *Un Peu, Beaucoup*,

Aveuglement, la comédie d'action *Antigang*, réalisée par Benjamin Rocher et la mini-série *T.A.N.K.* réalisée par Samuel Bodin et diffusée sur Studio +. Il travaille actuellement sur deux films pour Mandarin Productions - *Mon Gars Sûr* et *Chien & Chat* - ainsi que sur le prochain film de Clovis Cornillac *C'est Magnifique* et collabore à l'écriture du film d'horreur *No Exit*, co-production franco-américaine réalisée par Benjamin Rocher. *Donne-Moi ton Cœur !*, son premier long-métrage en tant que réalisateur, est en développement chez Kazak Productions.

Sophie-Marie Larrouy naît en 1984 sous la neige dans les Vosges (elle aura toujours un peu le spleen : c'est à cause de ça). 1998, la France gagne la coupe du monde, elle tape sur des casseroles et depuis elle aime bien le foot. 2001, elle obtient son Bac et une R5 avec un caisson basse dans le coffre. 2008, elle part à Lille faire l'ESJ, et sans transition naît *Vaness la bomba* chez madmoiZelle.com. 2010, Sophie-Marie travaille chez Canal+. 2012, elle joue son premier spectacle, *Sapin le jour, Ogre la Nuit*, mis en scène par Océane Rosemarie. Elles ont beaucoup travaillé, mangé, fumé, ri, eu le trac. Sans elle, Sophie-Marie jouerait comme une patate. Elle arrête de travailler chez Canal+ pour se concentrer sur ce projet. Elle joue dans *Vingt Ans d'écart* et rencontre Aude Pépin. Depuis elles se sont fait un *bro tat*, un tatouage de sœurs où il est écrit « garçon sensible ». 2013, elle déménage trois fois. Sophie-Marie fait sa première publicité pour les rochers Suchard, elle en écrit les textes et elle mange trop de Rochers pendant le tournage. Après elle prend le train pour aller à un mariage. 2014, elle écrit avec Mademoiselle Navie un essai qui sort chez Marabout intitulé *Comment ne pas devenir un vieux con*. Il se vend bien, merci. Elle part à Londres où elle a une intoxication alimentaire, son constat : on a de la chance d'avoir la sécu ! 2015, elle joue dans *L'Hermine* où elle rencontre Sidse Knüdsen, qui est hyper chic et extrêmement sympathique. Pendant le tournage, ils courent en collants dans les studios de Brie sur Marne quand ils s'ennuient. Elle joue face à Jean Rochefort dans *Floride*, et comme ils sont cadrés que jusqu'au nombril, Jean Rochefort joue en chaussons, c'est ultra mignon. 2016, elle écrit un pilote pour une émission de télévision. Elle veut bien recommencer, sauf s'il faut faire trop de réunions. 2017, elle sort son premier roman chez Flammarion *L'art de la guerre 2*. Elle s'inscrit à l'Aquagym. Elle a une tête de sept nains avec son bonnet de bain, mais elle adore cette activité. 2020, elle a une yourte et une résidence secondaire, et pourtant, elle est toujours fiscalement domiciliée en France, car elle essaie d'être une meuf bien.