

Appréhender le marché audiovisuel chinois : théorie et pratique

VERSION	MODALITÉ PÉDAGOGIQUE	DATES
Programme réactualisé en janvier 2021	Deux journées de formation en ligne comprenant de l'information factuelle sur le marché chinois, un retour d'expérience pratique et des études de cas concrets. Les stagiaires seront amenés à participer à un quiz final et un exercice de role-play (pitch session). Les cours sont dispensés à l'aide d'un partage d'écran sur une plateforme de vidéoconférence interactive. Les questions et échanges sont encouragés. Le cours est disponible en langue française ou anglaise.	25 et 26 octobre 2021
ACCESSIBILITÉ		DURÉE
Formation dispensée en français		14h réparties sur 2 journées
DÉLAI D'ACCÈS		TARIF
La tenue de la formation sera confirmée aux participants inscrits 2 semaines avant le début de celle-ci si le nombre minimum de participants à la formation est atteint (minimum : 6 personnes)		900€ HT.
OBJECTIF	SUIVI & ÉVALUATIONS	
Comprendre le marché chinois de l'audiovisuel et les pratiques de ses acteurs pour pouvoir en saisir les opportunités.	Envoi de la présentation de l'intervenant. Feuilles de présence via preuve de connexion à la plateforme. Fiches d'évaluation remises en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation.	
PUBLIC VISÉ & PRÉREQUIS	OBJECTIFS	
Formation ouverte à tout professionnel travaillant dans le secteur de la culture, des médias et du numérique. Bilan de positionnement sur demande. Aucun pré-requis n'est demandé.	<ul style="list-style-type: none">• Offrir un aperçu de l'organisation et du fonctionnement du marché chinois de l'audiovisuel, de l'exploitation salle aux services SVOD;• Se familiariser avec les règles gouvernant les acquisitions et la distribution de contenus étrangers en Chine;• Identifier les besoins actuels du marché chinois;• Appréhender la psychologie de vos interlocuteurs chinois pour mieux négocier et vendre vos contenus sur le marché chinois;• Comprendre les enjeux liés aux co-productions chinoises.	
INTERVENANTS		
Julien FAVRE - Vice-président, <i>Road Pictures</i>		
Diplômé de Sciences Po Paris, de l'ESSEC, du Master Droit et Administration de la Communication Audiovisuel de Paris I Panthéon-Sorbonne et du Master en Production de l'École de Cinéma et Télévision de l'Université de Californie à Los Angeles, Julien Favre a démarré sa carrière aux Etats-Unis en produisant une série de films d'auteur dont "Night Train" de Diao Yinan et "Foxfire" de Laurent Cantet. En 2015, Il rejoint la société de production et de distribution cinéma chinoise Road Pictures à Pékin, prenant la tête de leurs activités internationales dont les acquisitions de films étrangers. En l'espace de cinq ans, Road Pictures est devenu un acteur majeur de la distribution de films étrangers en Chine, alignant les records au box office chinois avec "Shoplifters" de Hirokazu Koreeda, plus grand succès en Chine pour un film japonais (hors animation) et "Capharnaüm" de Nadine Labaki, qui a généré plus de 50m de dollars. Favre réalise également pour Road le premier achat d'un film 'Netflix original' en Chine, "Marriage Story" de Noah Baumbach. En plus des acquisitions, Favre est également en charge du licensing de droits de remake cinéma et TV, ainsi que des co-productions internationales tel que le thriller de science-fiction "Anon" d'Andrew Niccols et les projets "Robots", comédie écrite par Anthony Hines (scénariste de "Borat") et "Creation of the Gods", une série médiévale-fantastique sino-américaine écrite par David Hayter (scénariste de "X-Men" et "Watchmen").		
PROGRAMME		
JOUR 1	JOUR 2	
09h30 - 13h00	09h30 - 13h00	
Présenter le marché audiovisuel chinois	Comprendre les attentes et besoins du marché	
<ul style="list-style-type: none">• Les médias: exploitation salle, streaming, TV;• Les acteurs: distributeurs gouvernementaux, majors, streamers;• La réglementation: rôle de l'état, quotas d'importation, permis d'exploitation, censure;• Contrôle des capitaux et paiements internationaux.	<ul style="list-style-type: none">• Les attentes du public: tendances actuelles;• Qu'est-ce qu'un contenu "China-friendly"?• Co-produire avec la Chine.	
14h30 - 18h00	14h30 - 18h00	
Apprendre à produire, marketer et distribuer en Chine	Appréhender la psychologie des acteurs	
<ul style="list-style-type: none">• Aperçu de la production chinoise;• Distribution: organisation et business models;• Marketing et promotion: les spécificités du marché chinois.	<ul style="list-style-type: none">• Comprendre les intérêts, les valeurs et la psychologie de vos interlocuteurs chinois;• Introduction à la negotiation "the Chinese way";• Bons et mauvais deals dans le contexte chinois;• Comment communiquer efficacement.	

Toutes nos formations sont organisables sur-mesure
Tél: 01.43.55.00.40 ou info@themediafaculty.com