

L'AGENCE AUDIOVISUEL BNP PARIBAS

QUAND LA BANQUE SOUTIENT LE 7^e ART

Réalisé par
Carole
Trambouze

Partenaire de tous les cinémas, BNP Paribas contribue, depuis près de 20 ans, au financement de la production cinématographique française indépendante au travers de son agence Audiovisuel et assure le financement bancaire des dépenses de préparation, de tournage et de post-production.



Une partie de l'équipe de l'agence Audiovisuel (de gauche à droite) : Maxence Federici, Isabelle Zimmermann, Manya Moulancier, Claire Massot, Xavier Guérineau et Xavier Rodriguez (directeur de l'agence).

BNP Paribas est historiquement présente dans le secteur de l'audiovisuel, non seulement dans le cadre de ses grandes campagnes de communication institutionnelle, mais aussi au travers de son agence spécialisée. Cette entité est née à la fin des années 1990 avec la Banque de la Cité, dont le cœur de métier était le financement de longs métrages. Après quelques déboires pour la Banque de la Cité et au moment de la fusion entre BNP et Paribas, l'activité de financement de la production cinématographique est alors intégrée au nouveau groupe.

BANQUE ET CINÉMA ?

“La particularité de l'agence Audiovisuel est d'être totalement imbriquée dans le dispositif entreprise de la banque”, indique Xavier Rodriguez, directeur de l'agence Audiovisuel de BNP

Paribas. Cette agence est intégrée au Centre d'affaires BNP Paribas Élysées Haussmann, qui regroupe des équipes consacrées à la clientèle des entreprises ainsi que deux agences spécialisées : l'agence des banques et l'agence Audiovisuel.

Cette dernière intervient principalement sur deux métiers : le financement de la production audiovisuelle ainsi que la création et la gestion des sociétés pour le financement de l'industrie cinématographique et audiovisuelle (Sofica). “Ces dernières sont ensuite distribuées par la Banque Privée de BNP Paribas auprès de sa clientèle”, indique Xavier Rodriguez.

“Nous garantissons le relais des financements de production cinéma et audiovisuelle en France. Plus largement, nous assurons le financement des dépenses de préparation, de tournage et de post-production pour les longs métrages cinématographiques, mais également pour les œuvres de fiction, les documentaires, les séries et longs métrages

d'animation”, ajoute-t-il. Outre les producteurs de films, leurs clients sont aussi des chaînes de télévision, maillon indispensable dans le processus de production.

Concrètement, lorsqu'un producteur se lance dans la réalisation d'un film, il établit un devis de son projet, fonction du nombre de semaines de tournage, du choix de ses acteurs... qu'il va présenter aux différents intervenants du secteur, comme des chaînes de télévision qui achètent les droits à la diffusion. Chacun des intervenants (chaînes de télévision, distributeur, régions...) adhère au projet en proposant une somme. Peu à peu, face à son besoin initial, le producteur obtient donc des engagements, qui ne seront payés qu'à la livraison du film. C'est à ce moment que la banque intervient de manière à ce que le film puisse être fabriqué. “Nous effectuons le relais entre le besoin du producteur et les engagements pris par les



différents intervenants, il s'agit de financement de projet." À la livraison du film, ces derniers remboursent directement la banque qui se fait céder les contrats en garantie.

Le principe de financement de projet est identique qu'il s'agisse d'un long métrage, d'un reportage télévisé ou encore d'une série d'animation. Il s'effectue essentiellement sous forme de cessions de créances loi Dailly. Cependant, en termes de risque et de frais financiers, les problématiques ne sont pas les mêmes. "En effet, nous portons nos créances en moyenne sur 18 mois pour le tournage d'un long métrage classique, tandis que nous pouvons aller jusqu'à 3 ou 4 ans pour une série d'animation, le process de fabrication étant bien plus long dans ce cas".

L'agence Audiovisuel réalise 40 %

de son PNB sur le financement télévisé, 40 % sur la production cinématographique et 20 % de corporate (presse et autres médias). Récemment, elle a participé au financement de films à succès comme *Bienvenue chez les Ch'tis* de Dany Boon, *La graine et le mulet* d'Abdellatif Kechiche, *Musée Haut ou Musée Bas* de Jean-Pierre Rives et également sur des séries d'animation comme *Titeuf*.

DES EXPERTS SUR UN MARCHÉ RÉDUIT

L'équipe, composée d'une dizaine de collaborateurs, dont quatre chargés d'affaires et quatre assistants commerciaux, gère près de 500 clients. "Notre particularité est de disposer d'un pôle risque dédié, dont les analystes risques spécialisés sur ce secteur émettent, en

EN CHIFFRES

Un secteur relativement réduit

- Le marché de la production audiovisuelle en France représente 1,2 milliard d'euros pour le cinéma et 1,2 pour la télévision pour l'année 2007.
- Le besoin de financement global s'élève à 2,4 milliards d'euros.
- Un long métrage français coûte en moyenne entre 5,4 millions d'euros, mais peut aller jusqu'à 20 millions d'euros.
- 228 films ont obtenu l'agrément du Centre national de la cinématographie (CNC) en 2007 dont 185 films d'initiative française.
- Un secteur concentré : 159 sociétés ont produit les 185 films d'initiative française. Les 3/4 de ces sociétés ayant produit un unique film sur l'année.

parallèle des demandes des commerciaux, un avis sur l'ensemble des demandes de crédit". Par ailleurs, deux collaborateurs sont en charge du suivi des mobilisations de créances dans le cadre de la loi Dailly, qui consiste à notifier avec une grande rigueur et un formalisme juridique fort l'ensemble des créances de l'agence.

À la question "craignez-vous l'arrivée d'autres banques sur le marché?", Xavier Rodriguez répond que "créer aujourd'hui une agence Audiovisuel de toutes pièces avec des experts du secteur représente un ticket d'entrée élevé". C'est ce qui peut expliquer qu'il n'y ait essentiellement que deux banques – BNP Paribas et Neufilze OBC, intervenant historique du secteur – et trois établissements de crédit spécialisés – Cofiloisirs (détenu à parts égales entre BNP Paribas, Neufilze OBC et UGC), Coficiné (détenu à 100 % par Natixis) et, depuis deux ans, Fortis. La particularité de ces établissements de crédit étant qu'ils ne réalisent que du financement de production, n'étant pas teneurs de compte. Tous opèrent en grande partie sur le marché français, bien que des coproductions soient fréquentes avec notamment le Bénélux, où des systèmes d'aides permettent des incitations fiscales intéressantes. ■