

UN LIEU POUR CHAQUE TOURNAGE

ENTRETIEN AVEC SYLVIE ROUSSEL, FONDATRICE DE LA PLATEFORME PRETATOURNER.COM

Récemment lancée, la plateforme 100 % digitale pretatourner.com ambitionne de révolutionner le repérage via un service complet de mise en relation entre repéreurs et propriétaires. Sa fondatrice, Sylvie Roussel, nous en dit plus.

► **Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur la genèse de Prêt à Tourner ?**

Sylvie Roussel. Pretatourner.com est une plateforme internationale 100 % digitale de mise en relation entre propriétaires, producteurs et repéreurs. Elle a été créée en 2018 avec une phase de développement de deux ans. Ce temps était nécessaire afin d'arriver à un résultat plus concret à même de satisfaire à la fois les propriétaires privés et institutionnels et les producteurs/repéreurs. En 2020, comme beaucoup d'entreprises, nous avons été victimes du Covid et avons dû repousser le lancement de la plateforme à 2021.

► **Qu'est-ce qui a motivé la création de Prêt à Tourner ?**

S.R. Après une étude de marché approfondie, nous avons estimé qu'il était opportun de créer une plateforme internationale entièrement dévolue à la problématique du repérage, en particulier à une époque où les coûts de production se réduisent de plus en plus, parfois au détriment des repéreurs. En passant par notre plateforme, ces derniers bénéficient d'un gain de temps considérable puisqu'ils passent moins de temps à visiter différents lieux et ont directement accès aux informations dont ils ont besoin. Petit à petit, nous arrivons à notre but qui est de réduire les coûts de production en dépit de la crise cinématographique qui règne en France et à l'étranger.

► **Comment votre plateforme fonctionne-t-elle et comment l'avez-vous fait connaître auprès des repéreurs ?**

S.R. Travaillant essentiellement dans le monde de la production exécutive depuis quinze ans en France mais également en Europe, je connaissais déjà un bon nombre de repéreurs. Pour nous faire connaître du reste de la profession, nous avons nous-mêmes contacté les repéreurs qui ne faisaient pas encore

partie de notre réseau et avons mis en place différentes campagnes de communication, notamment sur les réseaux sociaux. Pour les propriétaires, c'était beaucoup plus facile, dans la mesure où ils sont venus tout seuls. Nous avons aussi mis en place différents partenariats avec notamment les monuments nationaux. Notre réseau compte désormais 3 500 producteurs et utilisateurs qui communiquent entre eux via notre plateforme. Prêt à Tourner n'est pas qu'une plateforme digitale. Nous accordons beaucoup d'importance à l'humain et à la notion de service. Depuis le début nous avons pu compter sur le soutien de nos nombreux partenaires. C'est important de le noter. J'espère qu'à notre niveau nous serons en mesure de révolutionner le repérage.

► **Ce sont plus les propriétaires qui viennent vers vous ou les productions ?**

S.R. Les deux, nous ne sommes pas sur la règle des 60/40, mais nous nous en rapprochons, je dirais 60 % pour les propriétaires et 40 % pour les productions françaises et internationales.

► **Combien de lieux votre plateforme-t-elle ?**

S.R. À l'heure actuelle, la plateforme propose plus de 3 000 lieux pour tous types de tournages. Même si nous avons eu beaucoup d'inscrits pendant la période du Covid, la tendance s'est accélérée au cours de l'année 2021 grâce au bouche-à-oreille.

► **Comment votre modèle économique fonctionne-t-il ?**

S.R. C'est simple, les propriétaires ne paient rien à l'inscription, puisque notre rôle consiste également à les conseiller d'un point de vue monétaire en fonction du lieu qu'ils proposent et de sa localisation. Nous percevons une commission de 20 % sur la part producteur, quelle que soit la durée du tournage.

► **Quels sont les critères qui déterminent les prix ?**

S.R. Des critères basés sur ma propre expérience en tant que productrice, mais aussi sur les retours d'expériences d'amis repéreurs et producteurs. On ne peut pas proposer un immeuble Haussmannien situé dans le 8^e arrondissement de Paris pour le même prix qu'un HLM. Chaque lieu, chaque localisation, correspond à des besoins différents et les prix doivent s'adapter à cela et à leur valorisation sur le marché. Nous essayons d'être le plus juste possible et de conseiller au mieux les propriétaires en ce sens.



► Qui sont vos concurrents sur ce segment ?

S.R. Je pense à 20000 lieux.com, une société qui existe depuis fort longtemps, respectée par les deux parties, repéreurs et propriétaires, et que nous n'avons pas voulu copier justement. Nous espérons les égaler, mais pas de la même manière.

► En moyenne, avec combien de productions travaillez-vous chaque année ?

S.R. Cette année, nous traitons en moyenne une cinquantaine de demandes par semaine et avons travaillé depuis le début de l'année avec plus de 300 productions, françaises ou internationales, ce qui nous paraît tout à fait honorable pour un début !

► Demandez-vous aux productions avec lesquelles vous travaillez de vous citer dans les génériques ?

S.R. Cela fait partie du contrat des conventions de tournage. Il arrive toutefois que certaines productions ne nous créditent pas au générique lorsque notre collaboration s'est limitée à une journée de tournage. Récemment, Prêt à Tourner est apparu aux génériques de films comme *Les Volets verts* de Jean Becker ou encore *La Nuit du 12* de Dominik Moll.

► Hormis la mise en contact entre particuliers et production, en quoi votre accompagnement consiste-t-il ?

S.R. Notre plateforme étant 100 % digitale, elle sert également de canal de communication entre productions et propriétaires qui peuvent échanger via une messagerie sécurisée. Nous proposons un accompagnement complet aux productions qui le souhaitent. C'est-à-dire qu'en fonction de leurs critères nous pouvons faire un premier travail de recherche et proposer plusieurs lieux qui correspondent à leurs demandes. À ces dernières ensuite de choisir le ou les lieux qui leur conviennent. C'est un service optionnel que nous offrons sans surcoût supplémentaire. Notre objectif reste le même : accompagner au mieux les repéreurs en leur faisant gagner le plus de temps possible. Nous accompagnons également les propriétaires. Attention : nous ne sommes pas Airbnb, nous ne louons pas de chambre ou d'appartement, notre démarche est plus intellectuelle. Notre travail d'accompagnement ne se limite pas à une description et une poignée de photos. Nous mettons au minimum quinze

photos par lieu. Quand on doit trouver un lieu de tournage à Montréal où nous allons d'ailleurs bientôt monter une agence, nous nous appuyons sur notre réseau de correspondants afin de pouvoir proposer quelque chose de concret au réalisateur et au repereur. Nous allons déployer une offre de service plus complète dédiée aux productions.

► Votre activité a-t-elle été impactée par l'inflation ou même le nombre de tournages ou de productions qui viennent à s'annuler ?

S.R. Oui malheureusement, l'inflation, la guerre en Ukraine nous impactent forcément sans compter la crise que connaît le cinéma au niveau mondial. C'est terrible de voir que Disney a décidé de sortir son traditionnel film de fin d'année sur sa plateforme et non au cinéma. Tout le monde n'a pas les moyens de se payer les services d'une plateforme. Nous n'avons pas tellement été touchés car les producteurs avec lesquels nous travaillons sont fidèles et qu'ils continuent de faire appel à nous. Même si le cinéma français va mal, les films continuent de sortir en salles, ce qui est une bonne chose. Bien que le modèle change, nous ne sommes que peu impactés. Le long-métrage est en train de muer, la demande va de plus en plus vers les séries TV, lesquelles se tournent toujours dans les mêmes endroits. Nous sommes touchés par l'inflation, mais tant qu'on permettra aux gens d'aller au cinéma, je veux croire qu'il y a de l'espoir !

► Vous parlez de votre modèle 100 % digital, pourriez-vous nous résumer les grandes lignes de votre stratégie de communication ?

S.R. Notre plateforme est évolutive. Je ne peux pas trop vous en dire plus, mais à partir de fin septembre, notre stratégie de communication sera à la hauteur des évolutions que connaîtra Prêt à Tourner. Cela passera notamment par une phase de recrutement afin d'étoffer nos équipes et d'accompagner le travail formidable que fait Marion Peyran, notre chargée de communication. Nous allons passer par d'autres médias afin d'être plus efficaces. Avoir des abonnés sur les réseaux sociaux est une bonne chose, mais elle doit s'accompagner d'une stratégie plus globale et ciblée notamment auprès des productions françaises et internationales ainsi que des propriétaires ayant moins facilement accès à l'information. C'est à nous, en tant que dirigeants et parties prenantes, d'aller vers ces personnes et de leur proposer un service complet pour mieux valoriser leurs biens auprès des productions.

► Vous souvenez-vous de la première production à être passée par les services de votre plateforme ?

S.R. Oui je m'en souviens, nous avons été sollicités par Netflix et OCS.

Propos recueillis par Ilan Ferry et retranscrits par Manon Guillon.