



Pascal Vignes à deux pas des marches

Par la rédaction

C'est en habitué des arcanes cannoises que Pascal Vignes s'est fait remarquer des professionnels pour son dernier projet : *Du Crépuscule À L'aube*. Cet homme sandwich est aussi réalisateur et ne désespère pas de nous terrifier délicieusement avec ce "survival" dont il a déjà tourné une maquette de 75mn.

C'est d'une précédente expérience que Pascal s'est rendu compte que les festivaliers n'étaient pas en recherche de projets au stade de l'écriture, ce qui se comprend : tant au marché du film qu'au off dans les palaces de la croisette où quantité de productions française et étrangères prennent leurs quartiers, des milliers de films finalisés et marketés sont déjà proposés à la vente.

Le novice est perdu pour identifier les vendeurs et les acheteurs et ainsi cibler les interlocuteurs qui pourraient être intéressés, une des possibilités est de faire un appel au public le plus simplement du monde par une campagne

d'affichage déjantée. Le système est déjà bien rôdé pour les cinéphiles non accrédités en recherche d'invitations aux séances. Bien qu'inhabituelle, la démarche a reçu un intérêt amusé des professionnels, voire quelques contacts à confirmer. La limitation rencontrée





par Pascal dans sa démarche est que les discussions se font majoritairement en Anglais. En effet, les productions françaises reçoivent à domicile quantité de scripts qu'elles ont déjà du mal à sélectionner, elles se rendent au marché pour éventuellement compléter leurs financements, mais surtout pour commercialiser leurs produits finis. Comme nous l'a confirmé Strath Hamilton, ceo de Tricoast, un studio indépendant Californien, les rendez-vous sont pris bien en amont avec les acheteurs internationaux. Pour sa prospection commer-



ciale, Tricoast a en permanence une quinzaine de personnes qui font du phoning à l'année. Au passage, Tricoast offre un nouveau service à tous les producteurs, il s'agit de prendre en charge les derniers 25-30% (Gap Financing) de la production moyennant une exclusivité de distribution par

Tricoast. Pour toutes ces compagnies, Cannes peut être considéré comme un hub où se concentrent les achats internationaux de l'année. Malgré où grâce à une concentration extraordinaire de compagnies indépendantes de tous les continents, aux dires des exposants, le volume d'affaire de cette année est tout à fait satisfaisant. Il s'est dit que Sundance pourrait porter ombrage au marché Cannois, les indépendants américains eux-même reconnaissent que les majors, en phagocytant tout l'espace de communication leur enlèvent toute visibilité et que Cannes n'est pas prêt de perdre sa place de premier plan pour la production indépendante.

<http://ducrepusculealaube.com/>

<http://www.tricoast.com/>

