

QUAND LES GRANDES **ENTREPRISES**
DU SECTEUR PUBLIC*
DELOCALISENT LA PRODUCTION
DE LEURS FILMS PUBLICITAIRES

n°

2

* Ou para public ou privé avec participation de l'État.

Avril 2015

Quand les grandes **ENTREPRISES**
DU SECTEUR PUBLIC*
DELOCALISENT LA PRODUCTION
de leurs films publicitaires...

... Ou comment **16 MINUTES** de films publicitaires
PEUVENT DETRUIRE
6000 journées de travail.

* Ou para public ou privé avec participation de l'État.

ANALYSE DE LA PRODUCTION DES FILMS PUBLICITAIRES 2013 ET 2014 DES SOCIETES PUBLIQUES

et des sociétés parapubliques ou ayant reçu un soutien de l'Etat

68 **films tournés à l'étranger** sur une production totale de 120 films,
dont seulement 10 pour des impératifs de décors extérieurs

17 **productions analysées dans le panel**, soit un total
de 16 minutes de films produits

6000 **journées de travail perdues** soit 7 millions
d'euros de perte économique

25000 **journées de travail perdues** par extrapolation du panel
sur les 58 films initiés par des sociétés nationales, soit :

25 **millions d'euros de perte économique**

Alors qu'elles bénéficient de participations ou d'un soutien de l'État, certaines Grandes Entreprises françaises ne semblent pourtant pas guidées par l'exemplarité économique de leurs moyens de communication...

Au moment même où le régime des techniciens et comédiens intermittents est malmené et que l'ensemble de la filière technique nationale est fragilisée, **les conséquences des délocalisations injustifiées de Productions publicitaires nationales méritent d'être soulignées.**

Hormis l'impératif d'un tournage à l'étranger dicté par des décors extérieurs inexistant en France, les Annonceurs et leurs Agences délocalisent leurs tournages vers des pays choisis pour leur bas coût de main d'œuvre (République Tchèque, Roumanie, Portugal) qui s'ajoute souvent à une réglementation du travail beaucoup plus souple qui optimise les journées travaillées permettant d'en réduire le nombre utile au tournage (Belgique, Espagne, Afrique du Sud).

Si l'opportunisme du secteur privé est connu pour chercher «ailleurs» les plus faibles coûts de production, **comment expliquer que des Entreprises soutenues par l'État ou dont celui-ci est actionnaire ne soient pas guidées vers un comportement responsable et citoyen ?**

Sur 700 films produits chaque année (associant secteur publique et privé), le taux de délocalisation franchit le seuil de 60%. Mais les distorsions du coût de travail n'en sont pas la seule cause, d'autres étant moins explicables :

L'étude menée sur ce panel de 17 spots publicitaires révèle que l'économie réalisée sur les salaires techniques étrangers est parfois absorbée voire même dépassée par les coûts de voyage et d'hébergement du « groupe français » s'étant déplacé pour assister au tournage (Réalisateur / Producteur / Agence / Annonceur, etc.). La volonté du Producteur et de l'Agence de renforcer à cette occasion leurs relations commerciales avec leurs clients «Annonceurs» participe largement de cela.

Face à un tel constat, dans un contexte de crise économique où tente d'émerger le « Made in France », il est indispensable que les Entreprises nationales disposent d'un « Observatoire » qui leur offre la visibilité sans laquelle la voie d'un management exemplaire et d'un investissement responsable peuvent se perdre.

Nul doute que les « Grands Patrons » d'Entreprises Publiques (et même privées) ignorent beaucoup de ces pratiques. Ils seront désormais sensibilisés par ces exemples frappés d'autant d'incohérences que d'absurdité.

Dès lors, sans même nécessiter de nouvelles mesures d'attractivité favorisant la relocalisation, la seule force des directives qu'ils donneront demain devrait suffire à mettre un terme à ce laxisme coûteux.

Nous veillerons à établir chaque année ce bilan de la Production de films publicitaires des Sociétés publiques et para publiques afin d'offrir à leurs dirigeants et aux médias la lisibilité qui ne leur est sans doute pas toujours offerte par d'autres sur les causes réelles et sérieuses de leurs propres délocalisations.

PEUGEOT - NOUVELLE 308 GT

Film « Les sensations »

Durée : 58 sec

TOURNÉ À
BRUXELLES

* **120**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

Peugeot lance la version sportive de la nouvelle 308 couronnée voiture de l'année 2014, la Peugeot 308 GT destinée aux conducteurs à la recherche de performance et de sensations fortes.

L'ANALYSE :

Tournage dans un restaurant asiatique puis sur une route de nuit.

Il n'y a pas de raison apparente qui justifierait un tournage à l'étranger.

Estimation des moyens de production :

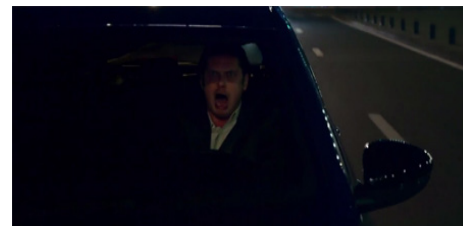
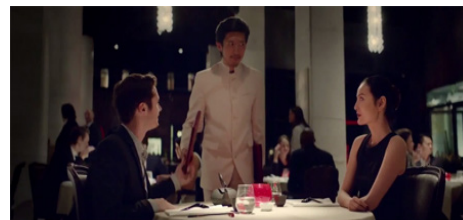
BUDGET : Entre 250 et 300 000 euros

TOURNAGE : 2 jours de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à Bruxelles

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 15 janvier 2015

* Estimation



PRODUCTION : Big Productions

AGENCE : BETC

CLIENT : Peugeot

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/peugeot-nouvelle-308-gt>

RENAULT

Film « Zoe French Touch »

Durée : 31 sec

**TOURNÉ EN
BELGIQUE**

* **50**
jours
de travail perdues.

LE PITCH :

La French Touch Renault revient sur les écrans pour mettre en avant cette fois-ci la nouvelle offre électrique Renault.

L'ANALYSE :

« En France, certains pensent que l'électricité, c'est compliqué... » nous dit une voix-off dans le spot de Renault.

**Evidemment, quand on produit son film en Belgique,
c'est moins simple !**

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 230 000 euros

TOURNAGE : 1 jour de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes en Belgique

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 16 Septembre 2014

* Estimation



PRODUCTION : Same

CLIENT : Renault

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

[http://www.packshotmag.com/
films/renault-zoe-french-touch](http://www.packshotmag.com/films/renault-zoe-french-touch)

CITROËN

Film « Passion Bleus »

Durée : 1 min 26 sec



*** 100**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

Partenaire officiel de l'équipe de France de Football depuis 2010, Citroën promeut les offres sur la série limitée Passion Bleus 2014.

L'ANALYSE :

Avec son film produit à Barcelone, Citroën soutient peut-être l'équipe de France...

mais pas les équipes du cinéma français.

Estimation des moyens de production :

BUDGET : Entre 280 et 330 000 euros

TOURNAGE : 2 jours de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à Barcelone

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 14 mai 2014

* Estimation



PRODUCTION : Partizan

AGENCE : Les Gaulois

CLIENT : Citroën

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/citroën-passion-bleus>

SNCF

Film « Voyager moins cher »

Durée : 47 sec

**TOURNÉ À
CANCUN**

LE PITCH :

La SNCF lance une nouvelle campagne axée sur son offre « petits prix » qui a profité à plus de 10 millions de voyageurs l'an dernier.

L'ANALYSE :

La SNCF propose de « voyager moins cher » ?

Prochain arrêt : Cancun !

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 400 000 euros

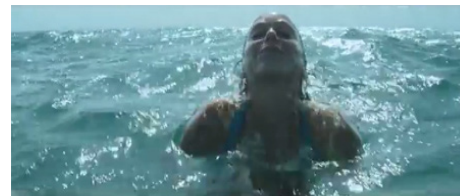
TOURNAGE : 3 jours de tournage

TECHNICIENS : 60 personnes à Cancun

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 29 juin 2014

* Estimation

*** 250**
jours
de travail perdus.



PRODUCTION : Les Télécréateurs

AGENCE : TBWA

CLIENT : SNCF

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/sncf-voyager-moins-cher>

EDF

Film « Eclaire le foot »

Durée : 58 sec



* **300**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

Depuis juillet 2014 le partenaire principal de La Fédération Française de Football, communique avec sa nouvelle campagne « EDF éclaire le foot ».

L'ANALYSE :

Curieuse contradiction pour l'Entreprise Nationale de mettre en image son partenariat avec la F.F.F...

dans le pays de Cristiano Ronaldo !

Estimation des moyens de production :

BUDGET : entre 350 et 430 000 euros

TOURNAGE : 2 nuits de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à Lisbonne

FIGURATION : 100AINE de personnes

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 4 septembre 2014

* Estimation



PRODUCTION : Standard Films

AGENCE : M&C Saatchi GAD

CLIENT : EDF

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/edf-eclairons-le-foot>

GDF

Film « Grandes découvertes »

Durée : 33 sec

**TOURNÉ EN
ESPAGNE**

LE PITCH :

La nouvelle campagne de GDF Suez Dolcevita met en avant ses services permettant une maîtrise de sa facture d'énergie.

L'ANALYSE :

GDF prône une « Maîtrise de la facture d'énergie »...

**En préférant les studios espagnols aux studios français,
GDF maîtrise-t-elle son empreinte carbone ?**

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 500 000 euros

TOURNAGE : 4 jours de construction - 2 jours de tournage

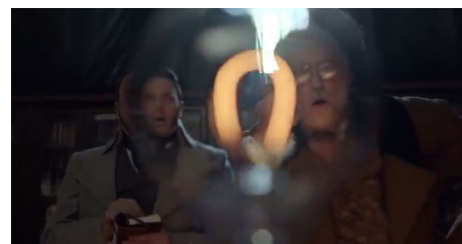
TECHNICIENS : 60 personnes en Espagne

FIGURATION : 13 comédiens (payés environ 2 500 - 3 000 euros)

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 21 septembre 2014

* Estimation

* **450**
journées
de travail perdues.



PRODUCTION : Can - Première Heure
AGENCE : Publicis
CLIENT : GDF
LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :
<http://www.packshotmag.com/films/gdf-suez-dolcevita-grandes-decouvertes>

LA POSTE

Film « La Poste Mobile »

Durée : 31 sec x 4

**TOURNÉ EN
BELGIQUE**

***250**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

« La Poste mobile » met en avant la valeur de ses bureaux de poste et l'esprit de service des postiers pour promouvoir ses forfaits.

L'ANALYSE :

Promouvoir la valeur des bureaux de poste et des postiers français ... Oui !

Mais pourquoi le faire en Belgique ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 150 000 euros x 4 spots = 600 000 euros

TOURNAGE : 4 jours

TECHNICIENS : 30 personnes en Belgique

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 18 juin 2013

* Estimation



PRODUCTION : Rita Films

AGENCE : BETC

CLIENT : La Poste Mobile

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/la-poste-mobile>

ORANGE

Film « Le rapprochement »

Durée : 49 sec

**TOURNÉ À
BARCELONE**

* **80**
jours
de travail perdues.

LE PITCH :

Un couple joue à se rapprocher alors qu'il regarde un film, en passant d'un écran à l'autre, toujours plus petit, mettant en avant la fonction du multi-écrans avec la fibre.

L'ANALYSE :

Le spot présente un couple assis dans un canapé à... Barcelone !

Avec 90% de son capital détenu par l'Etat et des Institutionnels, Orange pourrait faire preuve d'exemplarité économique et éviter une délocalisation inutile.

Estimation des moyens de production :

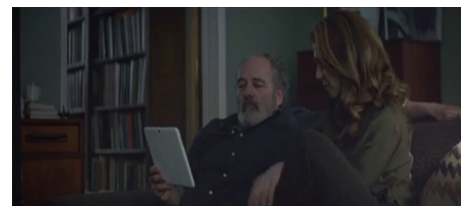
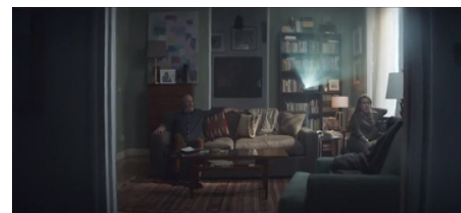
BUDGET : 300 000 euros

TOURNAGE : 2 jours de tournage

TECHNICIENS : 30 personnes à Barcelone

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 15 février 2015

* Estimation



PRODUCTION : Henry

AGENCE : Publicis Conseil

CLIENT : Orange

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/orange-rapprochement>

FRANÇAISE DES JEUX

Film « Chaque jour est une chance »

Durée : 31 sec

TOURNÉ À
PRAGUE

LE PITCH :

La Française des Jeux lance sa première campagne de marque et fait partager sa vision en affirmant que rien n'est joué d'avance et que chaque jour la chance sourit à chacun.

L'ANALYSE :

« Chaque jour est une chance partout en France » nous dit la pub...

**Pas de chance pour les techniciens français :
le spot est tourné à Prague !**

Estimation des moyens de production :

BUDGET : entre 300 et 350 000 euros

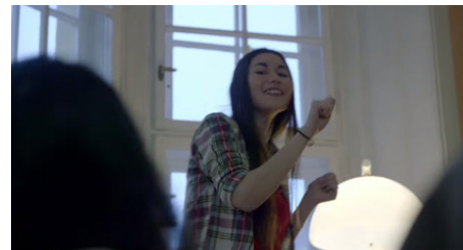
TOURNAGE : 2 jours de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à Prague

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 1er janvier 2015

* Estimation

* **150**
jours
de travail perdus.



PRODUCTION : Rita Films

AGENCE : BETC

CLIENT : FDJ - Française des Jeux

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/fdj-chaque-jour-est-une-chance>

EURO MILLIONS

Durée : 3 x 36 sec



* **250**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

Dans ces trois spots, la formule d'Euro Millions - My Million fait fantasmer les futurs gagnants potentiels, qui se bousculent au « bureau des rêves » pour déposer leur idée toute personnelle du bonheur.

L'ANALYSE :

Le rêve ne serait-il pas de tourner dans les studios français ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 550 000 euros (dont 200 000 pour la post-production)

TOURNAGE : 3 jours de tournage

TECHNICIENS : 60 personnes à Bucarest

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 24 février 2014

* Estimation



PRODUCTION : Iconoclast

AGENCE : Young & Rubicam Paris

CLIENT : FDJ - Française des Jeux

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/fdj-euro-millions-tour-de-france-my-million>

PMU

Film « Le penalty »

Durée : 38 sec



LE PITCH :

PMU a lancé en 2010 « La Seconde Chance » qui permet aux parieurs de récupérer leur mise perdue sur un match.

L'ANALYSE :

Carton rouge pour le PMU :

Pourquoi ne pas avoir choisi un stade français comme décor ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 200 000 euros

TOURNAGE : 1 journée de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à Marrakech

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 20 avril 2014

* Estimation

* **100**
journées
de travail perdues.



PRODUCTION : Irène et Charles
AGENCE : Publicis
CLIENT : PMU
LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :
<http://www.packshotmag.com/films/pmu-le-penalty>

LOTO

Film « Un vent de liberté »

Durée : 1 min

TOURNÉ À
LOS ANGELES

LE PITCH :

La Française des Jeux remet le Loto en avant avec une nouvelle campagne destinée à moderniser l'image de la marque et à séduire une cible plus jeune.

L'ANALYSE :

Pourquoi faire 10 000 km pour aller chercher un vent de liberté qu'on pourrait trouver en France ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 450 000 euros

TOURNAGE : 2 jours de tournage (décor naturel de bureau)

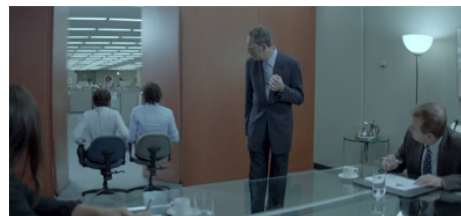
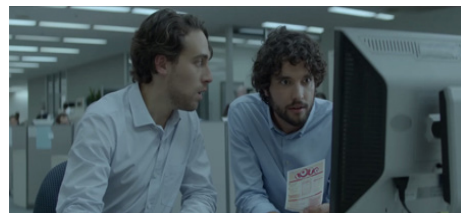
TECHNICIENS : 50 personnes à Los Angeles

FIGURATION : 100^{AINE} de personnes

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 24 janvier 2015

* Estimation

* **300**
jours
de travail perdues.



PRODUCTION : Smile Unlimited / MJZ

AGENCE : BETC

CLIENT : FDJ - Française des Jeux

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/loto-un-vent-de-liberte>

CAISSE D'ÉPARGNE

Film « Retraite »

Durée : 31 sec

**TOURNÉ À
SAN FRANCISCO**

* **250**
jours
de travail perdues.

LE PITCH :

Le film met en scène une improbable machine à voyager dans le temps visiblement pas au point.

L'ANALYSE :

Tournée en studio à San Fransisco.

Encore 9 000 km pour aller chercher un décor qu'on pouvait aussi construire en France ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 400 000 euros

TOURNAGE : 5 jours de construction - 1 jour de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes à San Fransisco

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 3 novembre 2014

* Estimation



PRODUCTION : Big Productions

AGENCE : BDDP & Fils

CLIENT : Caisse d'Épargne

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/caisse-depargne-retraite>

CETELEM (GROUPE BNP)

Film « Le Camping Car »

Durée : 31 sec

* **200**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

Nous retrouvons tous les sosies de Cetelem dans un camping-car, lancé à pleine allure sur la route des vacances.

**TOURNÉ À
BRUXELLES**



L'ANALYSE :

« Plus responsables ensemble »... ? Nous dit le spot.
Avec un décor intérieur filmé à Bruxelles EN STUDIO,
prolongé par des extérieurs au Portugal,
Est-ce bien responsable ?

**TOURNÉ AU
PORTUGAL**



Estimation des moyens de production :

BUDGET : Entre 300 et 450 000 euros

TOURNAGE : 2 jours à Bruxelles - 1 jour au Portugal

TECHNICIENS : 50 personnes

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 14 novembre 2014

* Estimation

PRODUCTION : Les Télécréateurs

AGENCE : TBWA

CLIENT : Cetelem-Le crédit responsable

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/cetelem-le-camping-car>

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Film « Dégât des eaux »

Durée : 29 sec

**TOURNÉ EN
BELGIQUE**

* **250**
journées
de travail perdues.

LE PITCH :

« Un dimanche midi quelque part en France » nous dit la Société Générale.

L'ANALYSE :

Non, la grand mère n'est pas folle, mais le plafond goutte dans sa maison... en Belgique !

N'a-t-on pas de maisons en France ?

Aucune raison artistique ou technique n'expliquant cette délocalisation, un tournage en France aurait sans doute évité à la Société Générale d'être confrontée à une telle contradiction.

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 200 000 euros

TOURNAGE : 4 jours (décor naturel : maison)

TECHNICIENS : 30 personnes en Belgique

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 3 février 2013

* Estimation



Coffre valable en France métropolitaine et soumis à conditions.

PRODUCTION : Irène

AGENCE : Fred & Farid

CLIENT : Société Générale

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://www.packshotmag.com/films/société-générale-lesprit-déquipe-en-action-le-dégât-des-eaux>

FÉDÉRATION NATIONALE DES TRAVAUX PUBLICS

Film « Et si demain les travaux publics s'arrêtaient ? »

Durée : 50 sec

**TOURNÉ EN
AFRIQUE DU SUD**

LE PITCH :

La FNTF, lance une campagne de sensibilisation auprès des élus pour relancer les investissements publics et les collectivités locales vers de grands travaux sur le territoire, en faveur de la filière française du BTP.

L'ANALYSE :

Faites ce que je dis, mais ne faites pas ce que je fais !

En délocalisant le tournage de son film, pourquoi la FNTF agit-elle à l'opposé de son message qui appelle à de grands travaux en faveur des entreprises de sa filière et de l'emploi en France ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 900 000 euros

TOURNAGE : 5 jours

TECHNICIENS : 60 personnes en Afrique du Sud

FIGURATION : 450 personnes

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 27 janvier 2013

* Estimation

*** 2000**
journées
de travail perdues.



PRODUCTION : Wanda

AGENCE : W & Cie

CLIENT : FNTF - Entr. de Travaux
Publics

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

[http://www.wcie.fr/realisation/
un-cri-dalarme-aupres-des-elus](http://www.wcie.fr/realisation/un-cri-dalarme-aupres-des-elus)

HADOPI

Film « La création de demain se défend
aujourd'hui »
Durée : 3 x 32 sec

**TOURNÉ EN
SLOVÉNIE**

*** 450**
jours
de travail perdus.

LE PITCH :

Avec leur slogan : « Hadopi, la création de demain se défend aujourd'hui » ces spots véhiculent l'idée que la création s'assèche avec le (trop) libre partage des œuvres.

L'ANALYSE :

Pour éviter la fatigue d'un déplacement vers la France du réalisateur,
la Production des trois spots a été délocalisée en Slovénie.
Incohérence ou négligence de l'HADOPI ?

Estimation des moyens de production :

BUDGET : 150 000 euros x 3 = 450 000 euros

TOURNAGE : 3 jours de tournage

TECHNICIENS : 40 personnes en Slovénie

PREMIÈRE DIFFUSION EN FRANCE : 13 Juin 2011

* Estimation



AGENCE : Agence H

CLIENT : Hadopi

LIEN DE TÉLÉCHARGEMENT DU FILM :

<http://lareclame.fr/>

hadopi+sein+2011

