

Le séminaire UCLA 2003

Six intervenants de UCLA sont venus participer à un séminaire intensif de quatre jours destinés aux élèves du DESS de Paris la Sorbonne et de l'INA ainsi qu'à de jeunes professionnels travaillant dans l'industrie du cinéma en France.

Thème: l'industrie cinématographique américaine, des indépendants aux studios.

Programme

10 Février

Robert Rosen, Président, School of Theater, Film and TV, UCLA: "L'impact de la mondialisation sur les médias".

11 Février / matin

Denise Mann, Co-Chair, Producers Program, UCLA: " Fonctionnement des studios hollywoodiens par rapport aux producteurs indépendants".

La taille des studios hollywoodiens est-elle un frein à la créativité? Denise Mann propose une comparaison entre le fonctionnement actuel de Hollywood avec ses gigantesques conglomérats par rapport à l'âge d'or de Hollywood. Elle analysera les conséquences des fusions - acquisitions donnant naissance à des sociétés comme AOL Time Warner. Et elle étudiera comment ce phénomène a mené à l'absorption des indépendants par les grands groupes et à la création de labels de niche. Pourtant, malgré cela, certains indépendants parviennent encore à exister.

11 février / après-midi

Lindsay Doran, Producteur, Three Strange Angels, Inc. (productrice de 'Sense and Sensibility' et ancienne Présidente de United Artists): "Produire des films à Hollywood"

La conférence mettra l'accent sur l'étude de cinq films – "Pretty in Pink," "Ghost," "Sense and Sensibility," "Ronin," et le remake de "The Thomas Crown Affair" – pour illustrer le processus créatif nécessaire à la phase de développement et de production dans un système hollywoodien. Comment acheter sur pitch ou sur script, développer un scénario, packager le scénario avec un réalisateur et des acteurs, comment le film est mis en production avec le feu vert du studio.

12 février

Steve Fayne, Esq., Akin, Gump, Strauss, Hauer & Feld, L.L. P.: "Comment financer un film indépendant? "

Steven Fayne étudiera les moyens utilisés pour financer un film de manière indépendante, incluant les pré-ventes à l'international.

Emmanuelle Borde, Vice Présidente, Production & Creative, Sony Pictures Digital: " Le marketing des films en ligne ".

Après avoir décrit le fonctionnement d'un département marketing dans un studio, Emmanuelle Borde analysera les différentes phases d'une campagne marketing en mettant l'accent sur les nouveaux médias et le marketing sur internet. Etude de cas: Spiderman.

13 février

Eric Baum, Vice Président, Département juridique, Columbia TriStar Marketing Group, Sony Pictures Entertainment Inc.: " Les aspects juridiques dans le cadre du marketing et de la distribution d'un film'.

Eric Baum présentera une vue d'ensemble des aspects juridiques dans le cinéma du point de vue d'une major hollywoodienne.