



# Le Guide Diffusion & Distribution



# 1. Comment prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux dans votre fiction ?

Ce premier chapitre a pour objectif d'identifier si et comment les enjeux sociaux et environnementaux sont traités dans le scénario, le traitement ou la bible que vous recevez, - ou le brief que vous rédigez.

Cette rapide analyse vous permet ensuite d'aiguiller les équipes de production vers de possibles évolutions du récit et de vérifier que vous souhaitez porter les mêmes sujets.

Elle permet également d'initier une discussion sur l'éco-responsabilité du tournage et de la communication pour que cette démarche soit portée par l'ensemble des métiers.

## QUELQUES CHIFFRES

**2%** des personnages de fiction sont en situation de handicap, contre 14% de la population française de plus de 15 ans.

Source : ARCOM 2023 et DRESS 2023

**3,57%** des interactions impliquant trois personnages ont lieu entre 3 femmes, contre 40,74% entre trois hommes.

Source : "Using data science to understand the film industry's gender gap", 2020

**13%** des personnages perçus comme noirs et 11% de ceux perçus comme arabes commettent un crime à l'écran contre 4% de ceux perçus comme blancs.

Source : Étude cinégalité 2022

**0,6%** des 37 453 scénarios de films et téléfilms analysés par des chercheurs de l'université de Californie du Sud (USC), mentionnaient spécifiquement le "changement climatique".

Source : Norman Lear Center, 2022

Et pourtant, **80%** des Français se disent inquiets des conséquences du dérèglement climatique sur le monde.

Source : Rapport CESE, 2023



## 1. COMMENT PRENDRE EN CONSIDÉRATION LES ENJEUX SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DANS VOTRE FICTION ?

Avez-vous échangé avec l'équipe de production pour porter ensemble une démarche globale d'éco-responsabilité autour de la fiction (éco-production du tournage, parité et diversité des équipes, éco-conception de la communication...) ?

La fiction porte-t-elle de façon spécifique sur un enjeu social ou environnemental ? Ou êtes-vous plutôt dans une démarche de normalisation des comportements durables et/ou de représentations inclusives à l'écran ?



## 2. COMMENT METTRE EN PLACE UNE COMMUNICATION ÉCO-RESPONSABLE AUTOUR DE LA DIFFUSION ?

Les équipes travaillant sur la promotion ont-elles été informées de la démarche d'éco-responsabilité engagée autour de la fiction ?

Pour les éléments devant être imprimés (affiches, places exonérées...), le nombre d'impressions a-t-il été optimisé ? L'imprimerie est-elle éco-responsable (encres et papiers labellisés / recyclés, etc) ?

Les déplacements pour la promotion du film (press junket, tournée d'avant-premières, interviews en plateau, etc) ont-ils été optimisés pour limiter leur empreinte carbone (mobilité douce en train, voiture électrique...) ?

Si l'organisation d'un événement / soirée cocktail avec buffet est prévue, le traiteur est-il éco-responsable (produits locaux / bio / circuit court, plateaux recyclés, biosourcés, recyclables...) et/ou engagé socialement (personnel en situation de handicap, cuisine réalisée par des chefs réfugiés...) ?

Avez-vous prévu d'éco-concevoir votre campagne de communication digitale (conception du site, limitation du poids et du nombre de vidéos partagées...) ?

# 3. Comment mettre en place une démarche d'impact pour connecter la fiction avec des actions concrètes sur le terrain ?

Une campagne d'impact est un ensemble d'actions menées autour d'un film dans l'optique de créer des passerelles entre les sujets portés par la fiction et la vie réelle. Elle a pour objectif d'interpeller les spectateurs et spectatrices, de les amener à passer à l'action, de susciter un débat, mais peut aussi contribuer au rayonnement de l'œuvre. Elle se crée en collaboration avec les acteurs de la société civile concernés et les décideurs, et permet de prolonger l'expérience du film en donnant aux spectateurs et spectatrices les clés pour agir. Elle vient en complémentarité d'une campagne marketing classique accompagnant la sortie du film en salles ou à la TV.

Ces 7 questions ont pour objectif de vous aider à identifier, appréhender et optimiser votre démarche d'impact en valorisant mieux les enjeux portés par votre film et la communication associée, tout en identifiant les réseaux et partenaires à mobiliser.

## QUELQUES CHIFFRES

### 80 000

C'est le nombre de pensions d'anciens combattants revalorisées en 2006 après la sortie du film « Indigènes » et la signature d'une pétition lancée par le réalisateur pour accélérer cette revalorisation.

Source : [Courrier International, 2006](#)

### 46%

de la population française avait entendu parler du viol conjugal après la diffusion d'un épisode de « Plus belle la vie » consacré à ce sujet (2016), contre 35% avant sa diffusion.

Source : [Observatoire des images, 2020](#)

### 3. COMMENT METTRE EN PLACE UNE DÉMARCHE D'IMPACT POUR CONNECTER LA FICTION AVEC DES ACTIONS CONCRÈTES SUR LE TERRAIN ?

Quel(s) enjeu(x) sociaux ou environnementaux votre fiction porte-t-elle ?

Quels débats et changements concrets cette fiction pourrait-elle susciter dans la société, et auprès de qui (la/les cibles) ? Quel impact souhaitez-vous avoir auprès de vos spectateurs et spectatrices ?

Avez-vous identifié la forme que pourrait prendre cette campagne d'impact (création d'un site internet, organisation d'un événement, création d'une campagne de communication...) ?

Souhaitez-vous faire de cet enjeu un élément majeur de votre communication, à travers une ou plusieurs actions de sensibilisation pour le porter dans le débat public ?

Avez-vous identifié des partenaires (experts et expertes scientifiques, institutionnels, membres de la société civile...) et/ou des acteurs de terrain engagés sur cet enjeu pouvant être les relais "hors écrans" de votre contenu et prolonger le message du film dans la vie réelle ?

Avez-vous envisagé un déploiement de la campagne hors France en accompagnant, le cas échéant, l'exploitation internationale de l'œuvre ?

Avez-vous budgété cette campagne d'impact et les outils à développer ? Avez-vous identifié qui peut la financer (partenaires privés, production, distribution...) et la coordonner (en interne ou externe) ?



## Handicap

“Par personnes handicapées on entend des personnes qui présentent des incapacités physiques, mentales, intellectuelles ou sensorielles durables dont l’interaction avec diverses barrières peut faire obstacle à leur pleine et effective participation à la société sur la base de l’égalité avec les autres.”

Source : Nations Unies

L’Organisation Mondiale de la Santé établit une classification des handicaps à l’aide de 5 grandes catégories :

- le handicap moteur,
- le handicap sensoriel (visuel, auditif),
- le handicap psychique (pathologies perturbant la personnalité)
- le handicap mental (déficiences intellectuelles)
- les maladies invalidantes.

## Intersectionnalité

Théorisé par la militante afro-féministe et juriste Kimberlé Williams Crenshaw, cette expression sociologique désigne la situation de personnes subissant simultanément plusieurs formes de discrimination ou de domination dans une société. Exemple : une femme, noire, lesbienne risque de subir trois types de discrimination liées à son genre, son origine perçue et son orientation sexuelle.

## Origine perçue

Il s’agit de l’assimilation d’individus dans des catégories de sens communs («blanc», «noir», «asiatique») selon des critères de perception subjectifs (apparence, nom...). Elle est l’un des 7 critères utilisés par l’ARCOM pour son baromètre de la représentation de la société française dans les médias audiovisuels.

## Parité

“La parité signifie que chaque sexe est représenté à égalité dans les institutions. C’est un instrument au service de l’égalité, qui consiste à assurer l’accès des femmes et des hommes aux mêmes opportunités, droits, occasions de choisir, conditions matérielles tout en respectant leurs spécificités. La notion de parité constitue le fondement des politiques de lutte contre les inégalités entre les femmes et les hommes”.

Source : INSEE

## Stéréotypes

Opinion toute faite réduisant les particularités. Synonymes : clichés, préjugés. Source : Le Robert