

# Décryptage : Comment se crée une bande-annonce ?



20 SEPTEMBRE 2021 • CINÉMA

Tags : [décryptage \(https://www.cnc.fr/actualites/tag=décryptage\)](https://www.cnc.fr/actualites/tag=décryptage)



Sonia Mariaulle © Sonia Tout court

La bande-annonce d'un film est un élément essentiel à sa promotion. Mais comment sont réalisées ces courtes vidéos ? Décryptage avec Sonia Mariaulle, gérante et fondatrice de la société [Sonia tout court](http://www.soniatoutcourt.com/). (<http://www.soniatoutcourt.com/>)

**Une attention portée sur la durée et la luminosité**

**Des dispositions et réglementations à respecter**

Donner envie de voir un film en moins de deux minutes ; c'est la mission confiée aux réalisateurs de bandes-annonces. Si certains cinéastes, comme Xavier Dolan, préfèrent se charger eux-mêmes de ces vidéos promotionnelles, une grande majorité d'entre elles sont imaginées par des entreprises spécialisées. Avec un seul objectif : arriver à faire comprendre l'intrigue et l'ambiance du film, tout en gardant une part de mystère pour attirer les spectateurs au cinéma.

Réaliser une bande-annonce est un art en soi. Un travail d'équilibriste qui part d'une question simple à ne pourtant pas négliger : « *A qui s'adresse ce film ?* », précise Sonia Mariaulle, fondatrice et gérante de Sonia tout court. Une société spécialisée, à l'origine notamment des bandes-annonces d'*Une pluie sans fin* de Dong Yue, des *Frères Sisters* de Jacques Audiard ou encore de *Climax* de Gaspar Noé et *Le Vent tourne* de Bettina Oberli. « *Il n'y a pas de recette, nous ne sommes pas dans la routine. Chaque film est différent* », souligne celle qui évolue dans ce milieu depuis 1995.

Pour réaliser une bande-annonce, les monteurs travaillent en « *étroite collaboration avec les producteurs, distributeurs ou réalisateur* » qui les ont engagés. « *Il y a une forme de liberté car on nous demande de faire une proposition. Mais on peut être cadrés avec des demandes précises. On nourrit ce que le distributeur veut atteindre en termes de marketing* », explique Sonia Mariaulle. Si la société spécialisée « *choisit les images* » montrées, elle peut malgré tout recevoir des indications du producteur, distributeur ou réalisateur pour mettre en avant « *un plan très fort* ». Ou à l'inverse, pour ne pas utiliser certaines scènes pouvant, par exemple, dévoiler trop d'éléments de l'intrigue.

Les clients peuvent également demander un angle précis, pas toujours en parfaite adéquation avec le ton du film. Exemple avec *Cosmopolis*, de David Cronenberg, un drame psychologique accompagné par une bande annonce « *reprenant un rythme et une couleur musicale plus proches du film d'action* ». « *Ça peut faire partie d'un cahier des charges. On se dit que le film peut avoir tel public potentiel. Une bande-annonce, c'est un ensemble de curseurs qui jouent sur les émotions, sur l'information qu'on veut donner au spectateur. On peut mettre tel curseur en avant pour répondre à une volonté de positionnement du film* ».

## Une attention portée sur la durée et la luminosité

Réalisée un à deux mois avant la sortie du film - jusqu'à six mois en amont lorsqu'il s'agit d'une campagne de teasers (des vidéos montrant de très courts extraits) -, la bande-annonce doit être efficace en deux minutes chrono, voire moins. « *Aujourd'hui, c'est encore plus court. Beaucoup de films sortent et il y a un vrai coût pour l'achat d'espaces de diffusion des bandes-annonces dans les cinémas. Plus la vidéo est longue, plus le prix va être important. Nous devons être vigilants sur cet aspect lié au budget de sorties des films. Tout dépend des indications données en amont sur la campagne promotionnelle envisagée* », détaille Sonia Mariaulle.

Outre la durée, les monteurs de bandes-annonces doivent également faire attention « *à la luminosité de certains plans* ». Un détail qui a son importance pour le visionnage sur d'autres supports que le petit et grand écrans. « *On essaie d'être dans quelque chose de lumineux, pour qu'on puisse voir les détails des plans sur smartphone. Il y a une incidence aussi sur le format, qui devient carré pour l'intégrer sur internet. On est*

*contraint de recadrer l'image. Il faut faire attention car on perd un tiers sur les côtés. On peut ainsi se retrouver avec le gros plan d'un acteur coupé en deux. »*

## Des dispositions et réglementations à respecter

Pensée pour présenter les personnages, l'intrigue et le style du film, la bande-annonce doit obligatoirement mentionner les crédits (noms du réalisateur, de la société de production, des comédiens, du scénariste, etc) du long métrage donnés par le producteur. Des crédits parfois « *liés aux contrats* » signés en amont. Des accords qui peuvent, par exemple, décrire la façon dont doivent être nommés les acteurs. Les logos des différents festivals ou des César, qui donnent un gage de qualité au film, sont incontournables tout comme la mention de certains partenaires. « *On peut apposer des logos dès lors qu'il y a un partenariat avec des chaînes de télévision ou des radios qui sont très impliquées dans la communication du film* », précise la fondatrice de Sonia tout court.

Si le réalisateur de la bande-annonce a une liberté dans le choix des images, il doit malgré tout respecter les réglementations en vigueur pour l'alcool, la cigarette, la violence ou encore les scènes de sexe. « *La bande-annonce est soumise à la censure, comme en publicité* », précise Sonia Mariaulle. Comme toutes œuvres cinématographiques, elle doit ainsi être présentée aux comités de classification puis à la commission de classification (/professionnels/visas-et-classification/activite-de-la-commission-de-classification). Pour la bande-annonce de *Love*, un film de Gaspar Noé, elle comporte de nombreuses scènes de sexe non simulées, « *nous avons misé sur un parti plus graphique et esthétique très important pour suggérer sans trop montrer* », conclut Sonia

CINÉMA

(/CINEMA/ACTUALITES/C)

CINÉMA

PROCHAINEMENT 14992071