

*Les 7 étapes clés  
pour présenter  
un projet  
à un producteur*



Jean-Walter

[objectif-scenario.fr](http://objectif-scenario.fr)

## SOMMAIRE

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>AVANT-PROPOS</b>                              | <b>2</b>  |
| <b>I - DEFINIR LA BONNE STRATEGIE</b>            | <b>4</b>  |
| <b>II - TROUVER LA BONNE ACCROCHE</b>            | <b>6</b>  |
| <b>III - PREPARER UN PITCH</b>                   | <b>7</b>  |
| <b>IV - REDIGER UN SYNOPSIS</b>                  | <b>9</b>  |
| <b>V - REDIGER UNE NOTE D'INTENTIONS</b>         | <b>10</b> |
| <b>VI - PROTEGER VOTRE PROJET. REDIGEZ UN CV</b> | <b>12</b> |
| <b>VII - CONTACTER UN PRODUCTEUR</b>             | <b>13</b> |
| <b>QUELQUES CONSEILS PRATIQUES</b>               | <b>15</b> |
| <b>LANCEZ-VOUS !</b>                             | <b>17</b> |



## AVANT-PROPOS

L'écriture d'un **scénario** est un **travail laborieux**. Il est donc **important**, avant de s'y lancer, d'être certain(e) que le projet **intéresse** réellement un **producteur**. Pour cela il est nécessaire de savoir **comment présenter** correctement **son projet** pour augmenter les chances qu'il soit lu par un producteur plutôt que jeter directement à la corbeille.

Un producteur est en général quelqu'un de **très occupé** et **très sollicité** entre les films en tournages, les recherches de financements, les projets en développement et les nombreuses contraintes administratives. Il n'est donc **pas toujours disposé** à se lancer dans la lecture d'un scénario de 120 pages sans savoir à l'avance de quoi il s'agit et sans connaître **l'intention** réelle **de l'auteur** à propos du projet.

Je vous en parle en connaissance de cause ayant dirigé une petite société de production pendant 13 ans. Je recevais **100 à 150 projets par an**. Avec tout ce que j'avais à gérer administrativement en plus du suivi des films en production ou en exploitation, je n'avais honnêtement **pas le temps de les lire tous**.

Je procédais donc à un tri ; je mettais dans une **première** pile les **projets avec pitch, synopsis et note d'intention** ; dans une **seconde** pile **les projets avec synopsis, mail de présentation ou lettre explicative** et dans une **troisième** pile les **scénarios bruts** envoyés sans aucune autre explication que « *je vous envoie mon dernier scénario, n'hésitez pas à me contacter quand vous l'aurez lu* », ou quelque chose d'équivalent.

Je lisais en **priorité** les projets de la **première pile**. Je **confiais** la lecture de la **seconde pile** à des **lecteurs** que je rémunérais. Je **laissais complètement tomber la troisième pile** ! En 13 ans, j'ai du y piocher 3 ou 4 projets que j'ai lu en vitesse uniquement parce son auteur m'avait contacté pour prendre des nouvelles de son scénario.

Sachez qu'avec cette méthode j'étais catalogué parmi les « **gentils producteurs** ». Ceux qui répondent aux auteurs et justifient leurs choix.

Dans **la plupart** des sociétés de **production** la **sélection** est beaucoup **plus intransigente**, voire totalement arbitraire. Et le taux de réponse à vos envois proche du néant.

**Si vous voulez augmenter les chances que votre projet soit lu, apprenez dès aujourd'hui comment bien le présenter.**

Il existe énormément de livres, de méthodes et de formations pour vous apprendre comment écrire un scénario. Malheureusement, aucun de ces apprentissages ne vous prépare ni ne vous explique **comment présenter votre projet à un producteur.**

Pourtant cette étape est **cruciale**. Elle **décide de l'avenir** de votre projet. La décision qui sera prise à ce moment-là ne **changera pas** ! Si c'est « oui » ou « peut-être » tant mieux pour vous... Si c'est « **non** » cela **restera « non »**, même si vous réécrivez entièrement tout le scénario. **Une décision négative sera et restera toujours définitive.**

Afin de vous éviter plusieurs déconvenues je vous explique, dans ce livret, comment bien présenter votre projet et mettre toutes les **chances** de votre côté pour **séduire** et **convaincre** un producteur.

Je vous recommande donc d'être particulièrement **attentif** à ces **7 étapes clés** et de relire ce livret autant de fois qu'il sera nécessaire pour **parfaitement assimiler** tous les conseils qui y sont prodigués.

Plus vous augmenterez les chances que votre **projet soit lu**, plus vous augmenterez les chances que votre **film soit produit et tourné.**

**Un scénario n'existe que s'il est lu !  
Un film n'existe que s'il est vu !**

## I - DEFINIR LA BONNE STRATEGIE

Quel que soit votre projet, **prenez le temps de bien définir vos objectifs** et élaborez, étape par étape, la meilleure stratégie pour les atteindre.

Une bonne stratégie s'établit essentiellement en **3 étapes** :

- **1** - Prendre le temps de **réfléchir** et de **définir** parfaitement **ce que** vous **voulez** réellement faire, **comment** vous allez le faire, **avec qui** et pour **quel résultat**.

Un long métrage ne se présente pas de la même manière qu'un court métrage, un documentaire, une série, une fiction TV ou un film en 3D stéréoscopique (relief). Les références et les compétences qui vous seront demandées ne seront pas les mêmes. Listez bien tout cela avant de vous lancer pour ne pas vous retrouver coincé par la suite.

- **2** - Préparer **l'approche** du producteur. Elle sera totalement **différente** suivant que vous vous présentez en tant que **simple scénariste** ou en tant qu'**auteur-réalisateur**.

Elle sera également **différente** suivant que votre projet soit destiné aux écrans de **cinéma**, de **télévision** ou à **Internet**.

Prenez le temps de bien vous renseigner sur le producteur auquel vous comptez envoyer votre projet. Renseignez-vous sur sa **ligne éditoriale**, sur le style de films qu'il a déjà produit. Regardez avec quels diffuseurs il fait régulièrement des coproductions, les réalisateurs et les comédiens avec lesquels il a l'habitude de travailler.

Toutes ces informations vont vous **aider** à rédiger et à présenter votre projet comme s'il était spécialement conçu pour le producteur en question.

Elles vont aussi vous aider à bien **cibler** le producteur à qui vous allez envoyer votre projet en priorité.

- **3 - Le relationnel**. Cherchez dans vos relations, votre entourage, les personnes susceptibles de vous aider, de vous recommander.

**Contactez** toutes les personnes que vous pouvez adjoindre à votre projet ; comédien(ne)s, réalisateur, chef opérateur, etc.

Un accord de principe de leur part peut être un atout décisif dans la décision du producteur. C'est **important**, surtout si vous êtes peu ou pas du tout connu.

Après avoir défini vos objectifs et mis au point votre stratégie...

Prenez quelques jours pour **vous changer les idées**, penser à autre chose, vous détendre.

Reprenez ensuite vos objectifs et votre stratégie.

Si vous êtes **toujours en accord** avec ce que vous avez défini, **poursuivez** la constitution du dossier.

Sinon, **réfléchissez encore** à votre projet et aux moyens à mettre en œuvre pour aller jusqu'au bout.

Il est **important** que vous soyez **parfaitement en accord** avec vous-même et à ce que voulez réellement pour mener à bien le laborieux parcours jusqu'à la signature d'un contrat de cession de droits avec un producteur.

*À vos plumes, à vos claviers, à vos succès !*



## II – TROUVER LA BONNE ACCROCHE

La **première impression** donne le ton général à la suite de la discussion, ou abrège irrémédiablement cette discussion. Il est donc **important** de bien **réussir** son entrée et de faire immédiatement très **bonne impression**.

Imaginez ce que vous diriez à un ami pour l'inciter à aller voir le film que vous adorez. Cela doit être très court et percutant.

Cela doit **générer l'envie**.

Lisez les quelques lignes qui accompagnent les sorties des films dans des magazines ou sur les sites spécialisés (Studio ciné live, Première, AlloCiné, etc.). Voyez celles qui vous **incitent** vraiment à **aller voir le film** et inspirez-vous-en pour votre propre projet.

En général l'accroche se résume à **une phrase** ou **un slogan**. Chaque mot est important et doit être **parfaitement choisi**.

L'accroche est un travail de marketing, de copywriting. Il doit donner au producteur l'envie irrésistible de lire votre projet.

Si vous n'êtes pas certain(e) de l'effet de votre accroche, il est préférable de vous en passer et de débiter votre dossier par le pitch.

Voici l'exemple mythique d'une accroche simple et efficace ; celle d'**Alien le 8<sup>e</sup> passager** de Ridley Scott. Elle est si efficace qu'elle figurait sur l'affiche du film comme un véritable slogan.

*« Dans l'espace personne ne vous entend hurler. »*

Tout est dit !

Le film a été un succès planétaire. C'est aujourd'hui un film culte dans le panthéon du cinéma international.

### III – PREPARER UN PITCH

Originellement, le pitch représente les 2 minutes dont vous disposez pour « **présenter et vendre** » votre projet à un producteur américain. S'il réagit positivement et vous pose quelques questions, vous avez des chances de décrocher une convention d'écriture. Sinon, vous êtes prié de sortir rapidement.

Cette technique a traversé l'Atlantique et s'est répandue en Europe. Aujourd'hui, la plupart des festivals proposent des **séances publiques de pitch** devant des producteurs, des distributeurs et des diffuseurs.

Cela concerne tous les domaines, du cinéma à la TV, du long au court métrage, du documentaire à la série, sans oublier les projets destinés au Web.

En général, un appel à projets est lancé quelques mois avant le festival. Une vingtaine de projets sont sélectionnés pour être "**pitchés**" devant une assemblée de professionnels internationaux. Ces séances s'adressent autant **aux auteurs** cherchant un producteur, qu'aux auteurs accompagnés d'un producteur cherchant un diffuseur et/ou un coproducteur.

La séance se déroule dans un amphithéâtre ou une grande salle. Elle est orchestrée par un animateur qui vous présente rapidement avant votre passage. Vous avez, suivant les cas, entre **3 et 7 minutes** pour **présenter** votre projet, votre situation et **vos besoins**. Durant ce temps imparti, vous avez la possibilité d'utiliser un support audiovisuel sous la forme d'un petit film de présentation, teaser, diaporama, animation, etc.



À l'issue de votre prestation, l'animateur lance un tour de table en sollicitant les producteurs et diffuseurs présents afin qu'ils vous posent des questions.



**Vous constatez alors immédiatement l'intérêt ou pas qu'a suscité votre projet.**

Si spontanément personne dans l'assistance n'a de question à vous poser... c'est plutôt mal parti ! Si par contre la salle réagit à votre projet, vous pouvez atteindre tous vos objectifs et repartir avec un producteur, un coproducteur, un ou plusieurs diffuseurs prêts à vous soutenir et à vous financer.

Ah ! Dernière précision... En général **les séances de pitch se font en anglais !**

Ces **séances** sont véritablement **éprouvantes** et **stressantes**. Des semaines et des semaines de travail sont **jugées** en **7** petites **minutes**. Heureusement, beaucoup de festivals, aujourd'hui, organisent des sessions d'apprentissage et d'entraînement au pitch.

**Cette technique orale peut également s'appliquer à l'écrit.**

C'est ce que je préconise et vous encourage à faire pour votre dossier de présentation.

Comme les producteurs n'ont pas le temps de lire de gros dossiers, autant **donner une bonne impression** le plus rapidement possible.

Un bon **pitch** de quelques lignes - pas plus de 5 - peut s'avérer **plus efficace** qu'un **synopsis** de 3 pages pour **convaincre** un **producteur**.

Un pitch écrit n'est pas un simple résumé. Vous devez en quelques lignes **synthétiser** la **psychologie** et la **problématique** du héros ainsi que la **problématique générale de l'histoire**.

Vous devez exposer votre sujet, et inciter à en savoir plus... donc à lire/voir le film !

Si vous n'arrivez pas à synthétiser votre projet en moins de 5 lignes, c'est qu'il présente un problème de structure et qu'il est trop compliqué.

Dans ce cas, remettez-vous à l'ouvrage.

## IV – Rédiger un Synopsis

Le synopsis est le **premier document** qui **traite** plus en **détail** de votre projet.

Dans un synopsis vous **présentez** le **personnage principal**, ses **motivations**, ses **préoccupations**, son **but**.

Vous présentez également le **sujet général** traité à travers le film que les actions du personnage principal vont illustrer d'une manière ou d'une autre.

Vous présentez le **point de vue** choisi pour la narration. Et bien entendu vous présentez la **dramaturgie** qui va être développée tout au long du film.

Un synopsis n'est pas un résumé de l'action. Il présente l'essentiel de la trame dramatique générale du film et les **étapes clés** que le héros devra franchir pour atteindre son but. Il présente les différents **protagonistes** et **antagonistes** du film tout en respectant la chronologie et le rythme du film.

Un premier synopsis peut se réduire à **une page recto verso** s'il est bien structuré. C'est souvent **suffisant** pour séduire et convaincre un producteur et lui donner envie de **signer** une **convention d'écriture** pour développer le projet.

Plusieurs synopsis, de plus en plus détaillés peuvent être rédigés avant de passer à l'étape du séquencier, du traitement ou de la continuité dialoguée.

De nos jours souvent, un synopsis bien détaillé d'une vingtaine de pages fait office de traitement. Le traitement étant la narration de toute l'histoire sans les dialogues.

Prenez le temps de **bien rédiger** votre premier synopsis. **Choisissez** bien vos **mots**. Le rythme de vos phrases. **Aérez** votre texte pour faciliter la lecture. Ne vous laissez pas déborder par votre envie de raconter toute votre histoire en détail.

Sachez **garder l'attention du lecteur** et donnez-lui **envie d'en lire plus**.

## V – REDIGER UNE NOTE D'INTENTIONS

J'aborde ici une étape importante du dossier de présentation de votre projet. La note d'intention **compte énormément** dans la faisabilité ou non d'un projet.

C'est à travers elle que vous allez **convaincre** ou pas le producteur, mais aussi les différentes commissions d'aides et de financements.

Dans la note d'intention, vous allez **exprimer vos choix**, les **expliquer** et **définir** comment ils vont être traités.

Vous allez implicitement **répondre** à différentes **questions** que les **lecteurs** peuvent se poser tout en **justifiant l'intérêt** de votre démarche intellectuelle.

Voici quelques questions, parmi beaucoup d'autres, qui peuvent vous aider à structurer et rédiger votre note d'intention :

*Pourquoi avoir choisi de traiter ce sujet ?*

*En quoi va-t-il intéresser les spectateurs ?*

*Est-il universel ?*

*Est-il d'actualité ?*

*Quel est le public ciblé ?*

*Quel est le genre du film ?*

*Pourquoi avoir choisi ce genre ?*

*Qui est le héros ?*

*Comment va fonctionner l'identification au héros ?*

*Quel est le point de vue du film ?*

*Pourquoi ce choix ?*

*Quel est le rythme du film ?*

*Comment progresse l'intensité dramatique ?*

*Le héros sort-il transformé de son aventure ?*

*Quels sont les arcs de transformations du héros ?*

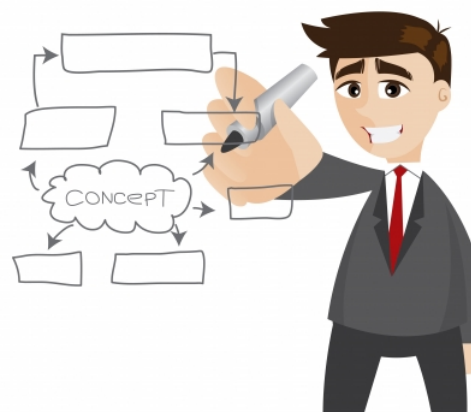
*Atteint-il son but ?*

*Que doit-on retenir de ce film après l'avoir vu ?*

Dans la note d'intentions, vous vous **exposez**. Vous **assumez** vos choix et les **défendez**. Mais attention ! **Restez humble**. Ne vous comparez pas à des réalisateurs connus et ne faites pas de références à des succès planétaires.

Les références doivent être utilisées avec **intelligence et parcimonie**. Tout est une question de dosage.

Vous devez **assumer** vos choix, mais aussi **rassurer** la personne qui va lire – en l'occurrence un producteur – en lui envoyant le signal que vous **maîtrisez** votre sujet et que vous savez parfaitement où vous aller.



**Assumer, rassurer, maîtriser**. Voici les mots clés de ce qui doit ressortir de votre note d'intention. Même si vous êtes **totalelement débutant**, vous devez **envoyer le signal** que vous aller vous **comporter en professionnel**.

Prenez autant de temps que nécessaire pour rédiger votre note d'intention. Certaines commissions, comme celles du **CNC**, privilégient la **qualité** de la note d'intention à la **qualité** de la structure du synopsis ou du scénario. Les mauvaises langues pensent que c'est là une des raisons de la faible qualité de la majorité des films produits chaque année. Ils n'ont pas tout à fait tort, même si les raisons sont multiples.

Certains scénaristes ou réalisateurs **rédigent leur note d'intention en fonction de la personne qui va lire le projet**. Leur note d'intention est donc continuellement adaptée et mise à jour. Cela peut être une excellente solution, mais qui nécessite une bonne connaissance des techniques d'écriture.

Quoi qu'il en soit, **ne vous précipitez pas**. Prenez réellement le temps de rédiger votre note d'intention. Tant que vous ne serez pas reconnu, elle vous sera utile pour progresser. Et même après, vous en aurez besoin surtout si vous travaillez pour la TV.

N'oubliez pas : **Assumer – Rassurer – Maîtriser**

## VI – PROTÉGER VOTRE PROJET. REDIGEZ UN CV

Avant d'envoyer votre projet à un ou plusieurs producteurs et donc de le rendre public, pensez à le **protéger** contre un éventuel plagiat.

Pour cela, déposez votre projet sous enveloppe dans un des organismes dédiés, par exemple : à la **SACD** pour les œuvres audiovisuelles, théâtrales et cinématographiques ; à la **SCAM** pour les œuvres audiovisuelles en général ; la **Société des Gens de Lettres** pour les œuvres plus littéraires ; La **Writer Guild Association East or West** pour les USA.

Les dépôts sont payants pour 3 ou 5 ans renouvelables. Le prix moyen est de **25 euros** par projet.

Il existe encore bien d'autres organismes en France et à l'étranger dont le montant est plus ou moins élevé.

Vous pouvez également protéger votre projet **gratuitement** en le **scellant** dans une **enveloppe** que vous vous expédiez en **recommandé avec accusé de réception** et que vous conservez dans vos archives sans l'ouvrir. Le cachet de la poste est recevable juridiquement pour déterminer une antériorité temporelle.

### PETITS CONSEILS POUR REDIGER VOTRE CV

Mettez en avant **uniquement** vos **expériences liées** à l'**audiovisuel** ou à l'**écriture**. Même si cela ne représente qu'une ligne.

Si vous n'avez aucune expérience, précisez-le : « aucune expérience professionnelle à ce jour ». Et ajoutez une petite **lettre de motivation** convaincante. Précisez vos hobbies, et tout ce qui peut toucher de près ou de loin à l'audiovisuel ou au cinéma.

Un vrai cinéphile peut avoir une certaine expérience reconnue. Beaucoup de scénaristes ont appris les bases du métier en **regardant plusieurs fois** les **mêmes films** pour en décortiquer les intrigues et les subtilités.

Évitez de « gonfler » votre CV avec du bidonnage ; cela finit toujours par se savoir.

## VII - CONTACTER UN PRODUCTEUR

Cette dernière étape est **cruciale**. Même si vous avez écrit le plus magnifique projet de l'année, si vous ne donnez pas envie à un producteur de le lire il restera méconnu dans un carton. Ce serait bien dommage !

Une fois le choix de la société de production effectué - d'après votre stratégie du début - **préparez les mots**, le texte, la lettre que vous allez utiliser pour contacter le producteur.

Restez **simple, courtois, poli** ; bonjour, merci, cordialement, sont les formules de base qu'il est **judicieux** d'utiliser au moins une fois dans votre texte ou lettre.

Pour le reste, **soyez vous-même**, naturel, sans prétention, sans flagornerie. Vous sollicitez l'aide d'un **professionnel** qui connaît le marché pour faire exister votre projet à travers une coopération constructive et créative. Cette personne va **investir du temps** et de **l'argent** pour que votre projet existe et que vous soyez rémunéré. Le **producteur** est votre **futur employeur**.

Outre la courtoisie et la politesse, il y a **2 mots clés** qui résument parfaitement ce qui doit motiver votre manière de contacter un producteur : **maîtriser** et **rassurer**.

Dans tous les écrits que vous envoyez à un producteur, vous devez **toujours donner l'impression** que vous **maîtrisez votre sujet**, votre projet, que vous savez exactement ce que vous faites et où vous voulez aller. Rien que ça va **rassurer** le producteur et prouver votre professionnalisme, même si vous débutez.

Le style, le ton, la maîtrise du sujet, la connaissance du marché, de la cible visée et le fait que vous avez pris le temps de vous renseigner sur le travail du producteur, sont autant de **bons points** qui vont **rassurer** le producteur et **l'encourager** à lire votre projet et vous **faire confiance**.

Un producteur est rassuré quand il sent qu'il a affaire à quelqu'un qui sait ce qu'il fait et agit avec professionnalisme. Surtout quand il s'agit d'un débutant et de quelqu'un qu'il ne connaît pas.

Même si le projet que vous lui envoyez ne lui plaît pas, le fait qu'il lui soit présenté de manière professionnelle contribuera à **marquer des points** en votre faveur. Le producteur accueillera d'autant plus favorablement d'autres projets que vous serez susceptible de lui soumettre à l'avenir.

Il ne vous reste plus qu'à envoyer le courriel ou le courrier en y joignant votre dossier après en avoir soigneusement **vérifié l'orthographe**.

Commencera ensuite la **longue attente** d'une hypothétique réponse. Après 3 semaines / 1 mois sans nouvelles vous pouvez **relancer le producteur** en lui demandant s'il a eu le temps de lire ou en lui proposant un complément d'information sur votre projet, un lien vers un fait ou un évènement rattaché au sujet, un précédent travail, un extrait d'un film que vous avez écrit ou réalisé.

Pendant tous vos échanges avec le producteur, même après la signature d'un éventuel contrat, n'oubliez pas que le milieu du cinéma ou de l'audiovisuel en général est **ultra concurrentiel**. Les places sont chères. Il y a énormément de prétendants pour peu d'élus.

**Prenez le temps de bien mettre tous les atouts dans votre jeu avant de vous lancer.**



## QUELQUES CONSEILS PRATIQUES

- Gardez toujours en mémoire cette question avant d'envoyer votre dossier à un producteur et revérifiez-le plusieurs fois.

**N'oubliez pas, vous n'avez droit qu'à un essai !**

Quel est le but recherché quand vous envoyez un projet à un producteur ?

Qu'il le **lise**, l'**apprécie** et vous contacte pour en discuter. Ensuite, à plus ou moins brève échéance qu'il vous propose une **convention d'écriture** accompagnée d'une **option** sur les droits du projet.

Donc, partant de ce principe **n'envoyez jamais un scénario déjà écrit** à un producteur. Votre intérêt d'auteur, de scénariste est **d'être rémunéré** pour écrire un synopsis détaillé, un traitement, un séquencier et surtout une continuité dialoguée.

**Deux seules dérogations à cette règle :**

- Votre projet est un **court métrage**. Là, il est plutôt recommandé d'envoyer le scénario en plus du dossier de présentation ; surtout si votre projet fait moins de 26 minutes.
  - Votre projet est **déjà** le produit d'un **développement**, d'une convention d'écriture avec un producteur, qui pour x raisons, n'a pas levé l'option sur les droits. Dans ce cas, vous **précisez cette particularité** dans le dossier de présentation et sans l'envoyer d'office au producteur, vous lui signalez l'existence d'une version du scénario déjà écrite. Vous lui proposez de lui envoyer le cas échéant.
- Dans n'importe quelle circonstance, restez **poli** et **respectueux** et maîtrisez au maximum votre ego d'auteur.
  - En cas de doute sur une proposition ou une rémunération, demandez un **temps de réflexion** et **renseignez-vous** sur les usages du métier. Au besoin faites-vous aider.



- **Posez toutes les questions nécessaires** pour bien comprendre ce qui vous est proposé en cas d'acceptation du projet ou au contraire les motifs du refus.
- **Restez ouvert à toute discussion et à toute proposition.** Soyez ferme sur les points importants, mais restez souple pour adapter votre projet aux réalités du marché. Le producteur est votre allié.
- **Ne considérez pas le producteur comme ennemi.** La réussite d'un film tient souvent à la cohésion de son équipe. Essayez au maximum d'**harmoniser** vos points de vue sur l'essentiel.

Le cinéma et l'audiovisuel en général sont des métiers de **communication**. Ce mot doit être la solution à toutes vos interrogations, à tous vos conflits.

Ne restez pas seul(e) dans votre coin à ressasser des idées noires ou des rancunes destructrices.

**Communiquez. Communiquez. Communiquez.**

Vous trouverez d'autres informations et plusieurs liens utiles en vous rendant sur [objectif-scenario.fr](http://objectif-scenario.fr)



## LANCEZ-VOUS !

Il ne vous reste plus qu'à passer à l'acte.

**Écrivez, créez, imaginez...**



*Ce livret vous est offert par **Objectif-Scénario**. Vous pouvez librement l'imprimer, le prêter ou l'offrir à un collègue, parent ou amis qui appréciera les conseils présentés, à condition d'inclure un lien vers le site source <https://objectif-scenario.fr>*

***Vous ne pouvez pas mettre ce document en téléchargement sur votre propre site Internet, ni y apporter quelques modifications que ce soit, ni le proposer à la vente.***

**® Tous droits réservés**