

Business Plan - Projet Cinématographique

1. Informations générales du projet

| Titre du film | La Forêt de Bellême |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| Durée | 60 minutes |
| Budget de production | 219,675.00 € HT |
| Budget de commercialisation | 350 à 500 000 € |
| Date de tournage | 6 jours – été 2025 |
| Lieu de tournage | forêt naturelle (Berville-sur-Seine) |

2. Synopsis et Concept

Synopsis:

Suite à une altercation avec un automobiliste furieux, une bande de jeunes motards se retrouve traquée dans une forêt obscure. Ce qu'ils prennent pour un simple fait divers vire au cauchemar : ils sont tombés dans le repaire d'une Banshee, entité mythologique terrifiante. Entre GoPro, cris glaçants et forêt maudite, La Forêt de Bellême revisite le slasher en mode post-YouTube.

Format et Style:

La Forêt de Bellême est un film de genre événementiel conçu pour une sortie en salles le soir d'Halloween 2025 suivie d'une diffusion exclusive sur YouTube, dans le cadre du YouTube Ciné-Club par mk2. Tourné en found footage, ce survival horrifique capitalise sur les codes du numérique et les légendes folkloriques pour engager la Gen Z. Initialement pensé pour Maghla, le film est désormais porté par le youtubeur Michou, dont la fanbase (près de 10M d'abonnés) assurera la puissance de feu au lancement.

3. Partenaires et Distribution

Production:

■ Production : Chabou Chabou, société indépendante en charge du film, du tournage et de la post-production.

Distribution:

mk2 pilote la sortie en salles dans plusieurs dizaines de cinémas, ainsi que l'édition YouTube Ciné-Club, garantissant la cohérence de l'expérience entre salle et digita

Partenaires:

Webedia accompagnerait la commercialisation auprès des annonceurs pour un budget de sponsoring compris entre 350K et 500K€, en développant des activations contextualisées.

4. Stratégie de Diffusion

Sortie en salles:

mk2 pilote la sortie en salles dans plusieurs dizaines de cinémas, ainsi que l'édition YouTube Ciné-Club, garantissant la cohérence de l'expérience entre salle et digital.

Diffusion digitale:

Stratégie marketing:

5. Budget et Financement

| | |
|-----------------------------------|---|
| Budget de production | 219,675.00 € HT |
| Budget de commercialisation | 350 à 500 000 € |
| Sources de financement | Webedia accompagnerait la commercialisation auprès des annonceurs |
| Retour sur investissement attendu | 1M |

6. Analyse des Risques et Opportunités

Risques:

Opportunités:

Un format hybride pensé pour deux fenêtres fortes : l'événement cinéma et la performance digitale. Un film "code natif" Gen Z (found footage, narration immersive, horreur sociale). Un potentiel de viralité immédiat grâce à la communauté de Michou et aux codes du "creep content". Un projet activable commercialement via Webedia, avec des marques légitimes auprès des 15-30 ans. Un modèle reproductible de films "YouTube Ciné-Club", pour créer une collection annuelle de rendez-vous transversaux salle / web.

Stratégies de mitigation: