

INFO SARTEC

MOT DU PRÉSIDENT



© ROBERT ETCHERRY

ADIEU RFAVQ

On le savait moribond depuis près de deux ans, le RFAVQ n'est plus. Le 9 février dernier, les délégués présents à l'assemblée se sont résignés, sans gaieté de cœur, à voter la dissolution de notre irremplaçable mutuelle de formation.

Depuis 2003, *Le Regroupement pour la formation en audiovisuel* du Québec regroupait 32 associations, dont la SARTEC, et avait pour mission de développer des formations pour le secteur de l'audiovisuel. Multiples ont été ses fournisseurs : L'École nationale de l'humour, l'École des médias de l'UQAM, L'Inis, HEC Montréal, le Centre NAD, le Conservatoire d'art dramatique, la Faculté de musique de l'Université de Montréal et la SAT. Et abondantes les formations offertes au fil des ans pour les auteurs : script-édition, rédaction d'une bible, scénarisation d'une comédie dramatique, écriture de procédés humoristiques pour la télévision et le cinéma, scénarisation pour le Web et surimpression vocale pour les adaptateurs, pour ne nommer que celles-là.

Le RFAVQ a toujours été atypique, notamment parce qu'il représentait des travailleurs autonomes, un statut encore trop souvent incompris par les paliers de gouvernements, le provincial dans le cas qui nous occupe. Obtenir du financement a nécessité d'immenses et constants efforts de la part des employés de la mutuelle. C'est pourtant la *Loi* provinciale du 1 % qui est à l'origine de la formation du RFAVQ, une loi stipule qu'un employeur ayant une masse salariale de plus d'un million doit en consacrer 1 % pour assurer la formation de ses travailleurs. Mais dans la dernière année, les règles ont changé.

Rassurez-vous, je ne vous expliquerai pas en détail ces changements imposés au RFAVQ ainsi qu'à toutes les mutuelles du même acabit. Sachez simplement que les effets cumulés de l'obligation morale à respecter un minimum de 75 % d'inscriptions pour chaque formation et du seuil d'assujettissement (au-delà duquel tout employeur doit se conformer à la fameuse *Loi* du 1 %) haussé d'un à deux millions, auront eu raison du RFAVQ. Meurtrie par un déficit structurel, la mutuelle n'avait plus assez d'argent pour assurer sa simple gestion interne, du loyer mensuel au salaire de ses employés.

Le plus absurde, c'est que les représentants de la *Direction du soutien au développement de la main-d'œuvre* (DSDMO) sont tombés des nues lorsqu'ils ont appris l'inévitable dissolution du RFAVQ. Ce sont pourtant eux qui sont à l'origine des changements dont ils comprenaient trop tard la portée. Un plan de restructuration et une tentative de réanimation ont été mis en branle dans la dernière année, mais le colmatage n'a pas tenu. Malgré toute la volonté du monde, le RFAVQ a été rattrapé par sa triste réalité financière.

Seule lumière au bout du tunnel : une mutuelle 2.0 naîtra peut-être un jour. En attendant, la SARTEC s'évertuera dans les prochains mois à combler l'immense vide laissé par la dissolution du RFAVQ en continuant à donner de la formation à ses membres.

Je tiens finalement à remercier tous ceux qui sont devenus des amis au fil des réunions et party de Noël. Merci à Lucille Demers, Claude Gagnon, Pierre Blanchet, André Lacoste, Christian Lemay, Chantal Barrette, Luc Filiatrault et tous ceux que malheureusement j'oublie. En espérant que ce ne soit que partie remise...

—Mathieu Plante

P.-S. Au moment de publier ces lignes, nous avons appris que L'Inis prendra le relais du RFAVQ.

SOMMAIRE

S

VIE ASSOCIATIVE

- 2 Nos membres à l'honneur
- 2 Nouveaux membres
- 2 Au revoir
- 2 Avis de recherche

REPORTAGE

SPÉCIAL - Colloque sur la télévision :
Le risque en séries

- 3 Soirée d'ouverture
- 6 Le *showrunning* américain
- 8 Le *showrunning* au Québec
- 11 Les chercheurs universitaires
- 13 Le cas Borgen expliqué
- 14 Les jeunes qui risquent la série
- 16 Album photo
- 18 Le risque en séries?
- 20 Le risque créatif vs le risque financier
- 23 Place à la relève
- 25 Nos modes de financement
- 26 Le risque de la coproduction
- 27 L'art de prendre des risques
- 28 Merci à nos partenaires!

BRÈVES

- 5 Formation : ÉNH -
Scénarisation d'une série télé
- 22 Bientôt sur vos écrans
- 29 Formation :
Scénariser pour la webtélé
- 29 En librairie
- 30 Le party des 1 000

CHRONIQUE DE LA CAISSE

- 32 Épargner tout en profitant de la vie

■ **Félicitations à nos membres****GALA DU CINÉMA QUÉBÉCOIS 2016**

- **Alexandre Laferrière,**
Félix et Meira,
- Meilleur scénario et le Film
s'étant le plus illustré à
l'extérieur du Québec;
- **Marie Vien, Léa Pool,**
La passion d'Augustine,
- Meilleur film;
- **Normand Canac-Marquis,**
La guerre des tuques 3D,
- Billet d'or.

**REGARD FESTIVAL INTERNATIONAL
DU COURT MÉTRAGE AU SAGUENAY**

- **Annie St-Pierre,**
Jean-Marc Vallée,
- Prix SARTEC du Meilleur scénario
canadien de langue française

**FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM
SUR L'ART**

- **Jean-Claude Coulbois,**
Nous autres, les autres,
- Prix ex æquo de la Meilleure œuvre
canadienne
- **Marie Brodeur,**
Un homme de danse,
- Prix ex æquo de la Meilleure œuvre
canadienne

■ **Avis de recherche**

Nous avons des redevances versées par les producteurs privés ainsi que des chèques de Radio-Canada pour les personnes suivantes : Succession Bernard Devlin, Succession Andrée Dufresne, Succession Florence Martel, Succession Marcelle Barthe, Succession Raymond Garceau, Succession Joseph Rudel Tessier, Succession Noël Vallerand, Émile Asselin, Émile Coderre, Claude D'Astous, Pierre David, André Desrochers, Léon Dewine, Arlette Dion, Jean-Marc Drouin, Gilles Élie, Jean Guillaume, Marcel Lefebvre, Lyette Maynard, Jacques Paris, Jean-Marie Poirier, Louise Roy, Gema Sanchez, Marie T. Daoust, Taib Soufi, Najwa Tlili.

Enfin, la Commission du droit d'auteur nous a demandé d'agir comme fiduciaire des droits qu'elle a fixés pour l'utilisation d'extraits d'œuvres de Raymond Guérin produites par la SRC.

Si vous connaissez l'une ou l'autre de ces personnes, communiquez avec Diane Archambault au 514 526-9196.

■ **Au revoir !**

Denis Héroux (10 décembre 2015),
Marcelle Racine (10 décembre 2015),
Marcel Dubé (7 avril 2016) nous ont quittés.

■ **Nouveaux membres**

Depuis notre dernier numéro (décembre 2015), nous comptons les nouveaux membres suivants :

- Olivier Adam
- Jean-Pierre Alarie
- Kevin André Arseneau
- Patricia Beaulieu
- Esther Bégin
- Jean-Carl Boucher
- Katia Briand
- Mélanie Carrier
- Julien Chidiac
- Francis Cloutier
- Paul-Maxime Corbin
- Patrick Courval
- Catherine Coutu
- Patrick Demers
- Raphaëlle Derome
- Sébastien Diaz
- Martin Dubé
- Marie-Claude Élie-Morin
- Martin Forgues
- Jean-Pierre Gariépy
- François Girard
- Jean-Sébastien Girard
- Daniel Grenier
- Claude Jasmin
- Marie-Lyne Joncas
- Josiane Lamarre
- Guillaume Lonergan
- Judith Lussier
- François Massicotte
- André Morency
- Sarah Pellerin
- Benoît Pelletier
- Alexandre Pelletier
- Stéphanie Perreault
- Mathieu Quintal
- Félix Rose
- Sylvain Rouillier
- Nicholas Savard-L'Herbier
- Hugues Savoie
- Lisa Sfriso
- Frédéric Simard
- Ludovic Spénard
- Alexandre St-Aubin
- Guillaume Sylvestre
- Charles-Louis Thibault
- Mylène Tremblay
- Marc-André Viau
- Marie-Claudiel Vincent

Société des auteurs de radio, télévision et cinéma

L'Info-SARTEC est publié par la SARTEC dont les bureaux sont situés au :

1229, rue Panet
Montréal, (Québec) H2L 2Y6
Téléphone : 514 526-9196
Télécopieur : 514 526-4124
information@sartec.qc.ca
www.sartec.qc.ca

La SARTEC défend les intérêts de ses membres dans le secteur audiovisuel (cinéma, télévision, radio) et est signataire d'ententes collectives avec Radio-Canada, Télé-Québec, TVA, TVOntario, TV5, l'ONF, l'ANDP et l'AQPM (APFTQ).

CONSEIL D'ADMINISTRATION**PRÉSIDENT**

Mathieu Plante

VICE-PRÉSIDENTE

Joanne Arseneau

TRÉSORIER

Luc Thériault, délégué des régions

SECRÉTAIRE

Michel Duchesne

ADMINISTRATEURS ET ADMINISTRATRICES

Michelle Allen
Huguette Gervais
Martine Pagé
Marc Roberge
Anita Rowan

SECRÉTARIAT**DIRECTEUR GÉNÉRAL**

Yves Légaré

CONSEILLÈRE PRINCIPALE EN RELATIONS DE TRAVAIL

Angelica Carrero

CONSEILLÈRES RELATIONS DE TRAVAIL

Roseline Cloutier

SECRÉTAIRE-RÉCEPTIONNISTE

Odette Larin

ADMINISTRATICE

Diane Archambault

TECHNICIENNE EN DOCUMENTATION JURIDIQUE

Mélanie Caya
Christine Monty

COMMIS COMPTABLE

Rosilien Sénat Millette

COMMIS À L'ENTRÉE DE DONNÉES

Jeannine Baril
Guinette Giguère

COMMIS DE BUREAU

Amélie Gagné

RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS

Manon Gagnon

CONCEPTION GRAHIQUE ET INFOGRAPHIE

M.-Josée Morin

APPELS À FRAIS VIRÉS

Les membres hors Montréal ne doivent pas hésiter à faire virer leurs frais d'interurbain pour communiquer avec la SARTEC.

PAR MANON VALLÉE

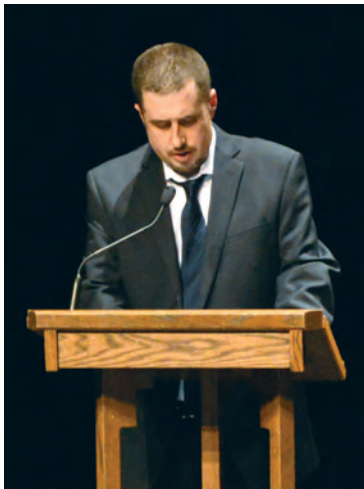


LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016

SOIRÉE D'OUVERTURE



Le président de la SARTEC, Mathieu Plante, à la cérémonie d'ouverture.

PHOTOS DU REPORTAGE © LILIANE TREMBLAY - CTVM

Après les allocutions des organisateurs de l'UQAM, Pierre Barrette et Margot Ricard et celle de Mathieu Plante, président de la SARTEC qui cette année s'associe à l'UQAM pour ce colloque, la soirée d'ouverture débute par une rencontre avec l'acteur Marc-André Grondin; la productrice de la série danoise, *Borgen*, Camilla Hammerich; Louise Lantagne, vice-présidente fiction chez Attraction Images et Martin Matte, acteur, scénariste et producteur de la série *Les beaux malaises*.

Je vous résume ici les conversations entre les invités et l'animateur.

Pour Marc-André Grondin, le métier d'acteur, qu'il s'exerce au cinéma ou à la télé, comporte à la base le risque de l'insécurité financière. Il y a aussi le fait de demeurer sans travail de longues périodes même si ça ne paraît pas parce qu'au même moment un film dans lequel on joue vient de sortir. Un autre facteur de risque est de recevoir 3 scénarios à la fois, d'en choisir un et de voir le projet annulé. En télé, M. Grondin avoue adorer les ovnis de type *Série noire*.

Camilla Hammerich raconte que *Borgen* était un risque total. L'auteur, Adam Price voulait écrire une série politique. La question s'est vite posée s'il y avait possibilité de faire quelque chose de divertissant avec la politique. L'auteur voulait faire une série qui ressemblerait à *West Wing* qu'il aimait beaucoup, mais le diffuseur, lui, voulait une série à laquelle pourraient s'identifier les téléspectateurs danois. Ils ont cherché longtemps l'ADN de la série et l'ont trouvé : « Est-ce possible de garder le pouvoir tout en restant fidèle à soi-même? » La télévision danoise s'est mise à changer avec l'arrivée en ondes de la série originale danoise *The Killing*. Mme Hammerich et son équipe voulaient une série qui soit aussi bonne que ça. Ils ont mis beaucoup d'argent à l'écran et ils croyaient que ça n'intéresserait que la population locale et scandinave. Elle a été la première surprise du succès retentissant qu'a eu *Borgen* ailleurs sur la planète.

Comme il pleut beaucoup en Scandinavie et qu'on y est souvent déprimés (sic), ils ont une marque de commerce que Mme Hammerich qualifie de « gloomy nordic with depressive feelings¹ ». Ce qui donne parfois des séries sombres comme *The Killing*. La productrice parle ensuite des obligations et des façons de faire typiques au Danemark :

- Ils ont un diffuseur public très subventionné et sans publicité, la DR.
- L'auteur d'une série est roi. Il a une vision et tous s'affairent à la rendre telle qu'il la veut. Une idée = un auteur.
- Ils ont une obligation de divertir et d'éduquer. L'arc dramatique sur trois actes doit contenir une dimension sociale et éthique. Comme dans *Borgen*.
- Il y a peu de décideurs au sein d'une équipe. Mme Hammerich insiste là-dessus. Les personnes habiletées à prendre des décisions sur la série sont l'auteur, le producteur et le chef au contenu dramatique de la DR.

¹ Nordicité sombre aux sentiments dépressifs

Le risque en série

SOIRÉE D'OUVERTURE
Suite de la page 3

Les dix épisodes de la série *Borgen* ont fait la une des journaux au lendemain de leur diffusion. Le diffuseur craignait que la série ne prenne parti pour l'un ou l'autre des partis politiques, mais l'auteur et la productrice ont pris grand soin d'équilibrer les épisodes concernant les partis de gauche comme ceux de droite.

En ce moment, Camilla Hammerich travaille sur un nouveau projet, une série sur les prêtres et la foi, alors qu'au Danemark plus personne n'a la foi...

Martin Matte se considère comme une petite industrie. Il crée son propre travail, que ce soit comme humoriste ou comme idéateur de la série *Les beaux malaises* dont il est l'auteur, le producteur et l'acteur principal. Le risque fait donc partie de sa personnalité. De plus, sa série a fonctionné dès le départ. Il se dit doué pour suivre son instinct. M. Matte ne fait qu'une seule chose à la fois. Écrire, monter et jouer un spectacle d'humour l'occupe quatre ou cinq ans. *Les beaux malaises*, c'est ce qu'il fait en ce moment, ce qu'il faisait, puisque la série est terminée. Malgré l'immense succès de la série, il n'a pas l'intention de continuer. Il avait décidé d'écrire trois saisons, il les a faites et il est temps pour lui de passer à autre chose.

M. Matte dit qu'il travaille très fort ses textes. Il peut réécrire dix à quinze fois les scènes. Il doute beaucoup, mais comme sa

confiance est plus forte, ça se passe bien (sic) ! Il vit avec le doute. Il reconnaît que TVA a eu peur des *Beaux malaises*, mais il a cru en ce qu'il écrivait et a réussi à l'imposer. TVA a fini par lui donner carte blanche totale. Martin Matte se considère comme un comique dramatique, un comique avec profondeur.

La série sera produite en France avec Franck Dubosc dans le rôle de Martin. La série peut se vendre en format, mais avec un contexte particulier : il faut trouver un humoriste qui est une vedette dans son pays et qui est marié et a deux enfants.

Martin Matte a pris goût à la scénarisation. Peut-être un jour écrira-t-il une autre série, dans laquelle il ne jouera pas. Quant aux plaintes que sa série aurait pu susciter, elles se sont faites plutôt rares et elles ont été rapidement enterrées par les voix des gens très nombreux qui aimaient la série : « Les gens sont brillants et capables d'en prendre. » C'est donc un risque remporté par Martin Matte pour *Les beaux malaises*.

Ancienne directrice générale de Radio-Canada, Louise Lantagne est maintenant productrice chez Attraction Images. De ses années à Radio-Canada, elle retient que tout le monde prenait des risques, du producteur au diffuseur. Devant les décisions à prendre, elle ne ressentait pas d'angoisse : elle prenait la décision de travailler avec une voix d'auteur, s'y maintenait et produisait la série. À son avis, l'angoisse survient quand on ne veut pas assumer jusqu'au bout les risques que l'on prend.

Pour Mme Lantagne, il est primordial d'établir et de maintenir un dialogue constant avec le milieu. Il faut dire ce que l'on cherche, comédies ou dramatiques, il faut discuter avec les créateurs. Elle raconte que ceux qui viennent faire un *pitch* en disant que la télé québécoise n'est pas bonne et qu'ils vont la changer, risquent de voir son écoute diminuer ! Elle cite Richard Blais à ce propos : « Le but premier n'est pas de révolutionner la télévision, mais d'en faire de la bonne. »

Quand elle a quitté la SODEC où elle a travaillé pour entrer à Radio-Canada, certains réalisateurs-cinéastes lui ont demandé ce qu'elle allait faire en télévision. Elle leur a répondu que la télé est un médium puissant. Selon elle, il faut tester le courage du public : « On n'est pas plus smattes que notre public. » Une série où on prend des risques est une série dont la qualité est déjà sur le papier, dans l'écriture.

Pour *Nouvelle adresse*, il y avait des risques. Faire une série sur une femme qui allait mourir du cancer, c'était risqué. Mais il y avait une voix. *Unité 9* aussi, c'était risqué. Elle croyait que la série rejoindrait quelque 700 000 spectateurs, mais elle en a attiré plus de 2 millions. *Les Bougon, 19-2*, ce sont aussi des séries à risque élevé, mais la qualité était au rendez-vous. Et la réussite a été proportionnelle au risque. Les plus grands risques ont donné les plus grands succès. Et ce, parce que ces séries risquées étaient malgré tout *mainstream*.

« Que tu commences dans le métier
ou que tu y sois depuis longtemps,
le doute est toujours là. »



Marc-André Grondin (*L'imposteur*), Camilla Hammerich (*Borgen*), Martin Matte (*Les beaux malaises*) et Louise Lantagne (Attraction Images)

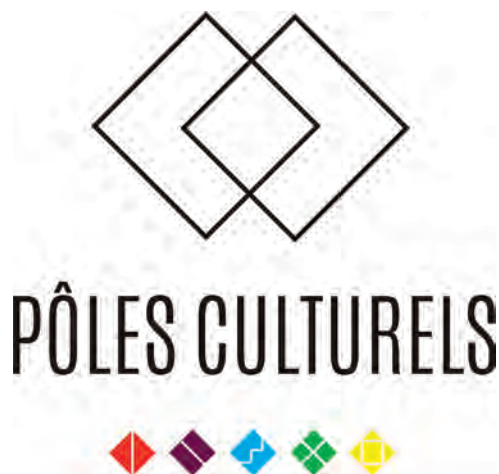


On aperçoit sur la photo du haut, le scénariste Michel Duchesne (*L'écrivain public*) posant une question aux invités, la directrice générale de l'ÉNH, et l'auteure, animatrice et coorganisatrice du colloque, Sylvie Lussier. Dans la photo du bas, le parrain de l'événement, Claude Robinson, en grande discussion avec le créateur et producteur des *Beaux malaises*, Martin Matte.

Mme Lantagne reconnaît que le carcan des budgets est très difficile à gérer autant pour Radio-Canada que pour ses collègues de TVA et d'ailleurs. De plus, les échecs en termes de cotes d'écoute font réduire les enveloppes monétaires au Fonds des médias et entraînent aussi une diminution des revenus de publicité. Les succès de *19-2* et d'*Unité 9* ont contribué à financer des séries plus risquées comme *Série noire*.

Au chapitre du financement, Louise Lantagne lance un véritable cri du cœur : « Notre public écoute les séries d'ailleurs, le public est éduqué. On doit livrer des œuvres de qualité à notre public. Ici, il faut en faire plus et plus encore avec des budgets réduits. On est à un point où on va tourner 1 heure de télé en moins de 5 jours. C'est incroyable. On a besoin de moyens. On œuvre avec des argents moindres, mais avec les mêmes conventions professionnelles. Il y a des qualités requises pour accoter les séries venues d'ailleurs. On a des conditions limites, l'élastique est étiré à son maximum. On a ici une grande expertise et des capacités de création et de production fabuleuses, mais on est carrément en mode survie. La solution passe peut-être par l'intégration des produits publicitaires, mais pas à rabais. Il faut que le publicitaire paie ce que ça vaut! Mais souvent le créateur, l'auteur refuse les placements média. Sauf aux États-Unis où les séries font leurs frais, le cinéma et la télé sont financés par l'État. Partout. On ne peut plus réduire les budgets. »

Mme Lantagne a été chaleureusement applaudie... 



Le colloque « Parlons de vitalité culturelle : nouvelle étude de référence de la francophonie canadienne » se tiendra à Sudbury en Ontario le 5 mai 2016, de 9h à 17h30.

Cet événement est organisé conjointement par l'Université Laurentienne à Sudbury, la Fédération culturelle canadienne-française et la Coalition pour la diversité culturelle. Il s'inscrit dans la série pan-canadienne de conférences de la Coalition pour la diversité culturelle sur la mise en œuvre de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (UNESCO 2005).

THÉMATIQUE DU COLLOQUE :

L'étude « Pôles culturels de la francophonie canadienne » lancée à l'automne 2013 à l'initiative de la Fédération culturelle canadienne française, et en collaboration avec l'Université Laurentienne et les chercheurs Simon Laflamme et Julie Boissonneault, a permis d'aboutir à plusieurs découvertes quant aux formes de dynamisme culturel dans les communautés francophones en situation minoritaire au Canada. Les invités, issus des milieux académiques, gouvernementaux et culturels, présenteront ces découvertes et tenteront d'en faire usage pour analyser d'autres projets exemplaires.

20 \$/régulier – 10 \$/étudiant

#PolesCulturels

Informations sur l'étude ici <http://www.fccf.ca/projets/>

- Détails de l'événement sur le site de la CDC : <http://www.cdc-cdd.org/Retenez-la-date-5-mai-2016?lang=fr>
- Sur Facebook : <https://www.facebook.com/events/1036805069720536/>
- Inscriptions sur cette page : <http://www.cdc-cdd.org/Formulaire-d-inscription-au,226?lang=fr>



LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016

MERCREDI AVANT-MIDI

LE SHOWRUNNING AMÉRICAIN

CLASSE DE MAÎTRE AVEC JAVIER GRILLO-MARXUACH (*LOST*, *THE MIDDLE MAN*)

En 1998, Javier Grillo-Marxuach écrit *The Middle Man* avec l'envie d'écrire quelque chose de plus « weird » que ce qui se fait généralement en fiction. Il présente le projet à de nombreuses personnes et tout le monde le déteste. Convaincu de l'intérêt de son projet, en 2004, il en fait faire une bédé qui lui sert de carte de visite. Grâce à la bédé, il réussit à vendre le *show*. C'est une vision très personnelle qui a fini par trouver son public à la télé traditionnelle. La série est diffusée sur ABC en 2007-2008.

Le terme « writing room », cet endroit où se réunissent les scénaristes sous la direction d'un auteur pour concocter les épisodes d'une série, commence à être utilisé en 1992. Avant cette date, selon Javier Grillo-Marxuach, la télé est un endroit ennuyant où travailler : « Is It just me or the tv got real good? »¹ La télé a subi une transformation majeure et c'est en partie dû à ces quelques raisons :

- 1- La technologie s'est démocratisée et c'est devenu possible d'acheter les nouvelles technologies. La télé soudainement est devenue plus attrayante. Le montage est devenu très important. Les *showrunners* américains, des auteurs-producteurs ont ainsi commencé à exiger davantage de « footage ».
- 2- L'image numérique a changé la façon d'écrire et d'assembler le matériel tourné, ce qui a entraîné une bonification à l'écran.
- 3- Il était important de garder l'unité semaine après semaine et c'est là que les auteurs sont devenus plus importants qu'avant. Les auteurs sont devenus les gardiens de la vision. C'est ici qu'est née la *writing room*.

WRITING ROOM

La *writing room* est une hiérarchie d'auteurs. Par exemple, pour *The Middle Man*, Javier Grillo-Marxuach reçoit la commande pour treize épisodes. Il engage un staff d'auteurs selon le budget accordé. Il engage des auteurs d'expérience ainsi que des apprentis. Il trouve important de jumeler les deux et de former de la relève qui va monter dans l'échelle hiérarchique. Voici à quoi ressemble l'échelle hiérarchique d'écriture aux États-Unis :

- 6- *Staff writer* – les scénaristes engagés pour participer à l'écriture de la série
- 5- *Script editor* – le script-éditeur
- 4- *Executive script editor* – le script-éditeur exécutif
- 3- *Co-producer* – Le coproducteur
- 2- *Executive co-producer* – Le coproducteur exécutif
- 1- *Executive producer (showrunner)* – Le producteur exécutif (le *showrunner*)

¹ « Est-ce une idée que je me fais ou la télé est-elle devenue excellente ? »

PETITE GRILLE DE TRADUCTION

Showrunner : l'auteur, l'auteur-coordonnateur, celui qui a l'idée de départ et qui mène la *writing room*

Headwriter : auteur principal qui peut être le même que le *showrunner*, mais pas nécessairement

Writing room : la chambre de création où se réunissent les divers scénaristes travaillant sous la direction de l'auteur-coordonnateur.



PHOTOS DU REPORTAGE © LILIANE TREMBLAY - CTVM

Le *showrunner* Javier Grillo-Marxuach et la scénariste et animatrice Martine Pagé après la classe de maître.

De la position 6, les auteurs peuvent monter dans l'échelle hiérarchique à mesure qu'ils apprennent tous les aspects de la production ainsi qu'à négocier avec les producteurs et le diffuseur. Javier a mis dix ans à passer de *staff writer* à *showrunner*. Un scénariste en vient à être capable de partager la vision de l'auteur et à pouvoir la communiquer.

Articuler une vision claire, c'est la mission du *showrunner*. Il faut savoir déléguer et être capable d'enseigner aux autres auteurs sa vision. Javier cite l'exemple d'Alan Arkin pour exprimer l'avantage de travailler avec d'autres : Alan Arkin écrivait *White House* seul. D'une semaine à l'autre, on repérait facilement les reprises de thèmes, d'histoires et de personnages. Et comme Arkin écrivait *The Office* en même temps, certaines situations se retrouvaient la même semaine dans les deux émissions. Javier trouve important d'avoir des alliés en écriture : si jamais l'auteur a une crise cardiaque, le *show* peut ainsi continuer!

Pour *The Middle Man*, il a engagé cinq à six scénaristes. Ils avaient six mois pour écrire les treize épisodes. Les auteurs ont un contrat par épisode et contribuent aussi à l'ensemble de la série. Les auteurs sont payés pour les épisodes qu'ils écrivent et aussi pour le temps consacré à la *writing room*. Une personne est engagée pour prendre et mettre en forme TOUT ce qui se dit dans la *writing room*.

Javier Grillo-Marxuach voulait que tous les scénaristes sur *The Middle Man* soient capables de produire. Tout le monde en réunion est là pour faire sortir le matériel créatif, mais aussi pour apprendre la production. Il a choisi un auteur pour en faire son *showrunner* et l'a ainsi fait passer par toutes les étapes de production. Aussi, l'auteur d'un épisode fait toutes les rencontres de production concernant cet épisode tout en portant la vision de l'auteur principal.

Javier a vécu une mauvaise expérience auprès d'un auteur coordonnateur quand il était *staff writer* : « Notre job, c'était d'écrire des épisodes qu'il détestait et qu'il réécrivait complètement. Les auteurs souffrent d'insécurité. Ils se disent : Si je laisse aller mon *show* et que vous l'écrivez mieux que moi, je ne vauds rien! » Le *showrunner* ne veut pas se faire voler son unicité, mais ce n'est pourtant pas ce qui arrive. Pendant l'écriture de *Middle Man*, tous les auteurs se sont mis à écrire comme lui après cinq épisodes et il a eu

peur! « Am I dead? » Mais très vite, il est devenu très fier de ses scénaristes, trouvant très particulier le fait que d'autres personnes puissent comprendre autant sa créativité et la prolonger. Il est ainsi passé de trois jours de travail sur chaque scénario à une seule journée.

Javier Grillo-Marxuach a écrit un essai sur le métier de *showrunner*, une longue gestation et réflexion sur tout ce qui peut mal se passer. Ceux qui travaillent en télé sont toujours à la recherche de nouveaux et jeunes auteurs qui apportent de la fraîcheur, oui, mais n'ont pas l'expérience nécessaire pour être à la tête d'une production. Souvent ces personnes vont dire qu'elles ne trouvent pas de bons auteurs pour écrire leurs textes. C'est faux. Le problème vient du fait que ces personnes ont des problèmes à diriger une équipe et à leur communiquer leur vision.

Javier nous invite à lire sur le Web son essai « The Eleven Laws of Showrunning ». Je vous en fais ici le résumé.

- 1 IT'S ALL ABOUT YOU STOP MAKING IT ALL ABOUT YOU. (Cessez de penser que tout vous concerne et vous revient.)
→ La position de *showrunner* en est une de service : vous donnez, vous ne prenez pas.
- 2 KNOW YOUR SHOW AND TELL EVERYONE WHAT IT IS. (Sachez ce qu'est votre série et partagez-le à tous.)
→ Votre série n'est pas une expérimentation de vos émotions et tourments. Soyez capable d'expliquer votre vision.
- 3 ALWAYS DESCRIBE A PATH TO SUCCESS. (Conduisez les autres auteurs vers le succès.)
→ Demandez ce que vous voulez. Soyez clairs et les auteurs vont vous le donner.
- 4 MAKE DECISIONS EARLY AND OFTEN. (Prenez des décisions rapidement et souvent.)
→ Tout le monde va vous contredire, mais maintenez vos décisions.
- 5 DO NOT DEMAND A FINAL PRODUCT AT THE IDEA STAGE. (N'exigez pas un produit fini alors que le texte est au stade de l'expérimentation.)
→ Apprenez à développer l'habileté de visualiser dès le début le résultat de ce que les auteurs vous apportent.
- 6 WRITE AND REWRITE QUICKLY. (Écrivez et réécrivez rapidement.)
→ Un script n'est pas une fenêtre sur votre âme. C'est une feuille de commande. Ça dit ce qu'est votre *show*.
- 7 TRACK MULTIPLE TARGETS EFFICIENTLY BY DELEGATING RESPONSIBILITY. (Travaillez sur plusieurs fronts en déléguant les responsabilités.)
→ Les scripts sont à divers stades d'écriture et vous, on vous réclame partout. Envoyez les différents auteurs.
- 8 RESIST THE SIREN CALL OF THE "SEXY GLAMOROUS JOBS." (Résistez à l'appel des sirènes qui vous invitent à des tâches plus sexées.)

Le risque en série

MERCREDI AVANT-MIDI

Suite de la page 7

→ Ne perdez pas votre temps à aller voir les acteurs et les actrices essayer leurs costumes!
 → Ne passez pas votre temps dans les studios de post-production. Passez-le dans la *writing room*, là où le véritable travail se fait.

- 9** EXPECT YOUR STAFF TO PERFORM AT VARYING LEVELS OF COMPETENCE. (Ne vous attendez pas au même degré de compétence de tous vos auteurs.)
 → Un *staff writer* débute dans le métier. Un auteur exécutif est rendu plus loin. Acceptez la situation.
- 10** DELIVER GOOD AND BAD NEWS EARLY AND OFTEN. (Partagez les bonnes et les mauvaises nouvelles rapidement.)
 → Ainsi vous limiterez les potins et tiendrez vos gens informés. Ne le faites pas de façon émotive.
- 11** SHARE CREDIT FOR SUCCESS TO A FAULT. (Partagez le succès.)
 → Vous êtes Dieu, mais ne prenez pas tout le crédit. Reconnaissez la créativité des autres et soyez-en fiers. Vous êtes Dieu, mais Dieu n'a pas besoin de répéter ce qu'il est. Le respect se gagne en donnant aux autres le mérite qui leur est dû.

QUESTIONS ET RÉPONSES

Q : Est-ce possible d'être 2 *showrunner* sur une même série?

Javier Grillo-Marxuach : Oui, tout ce qui compte, c'est votre habileté à communiquer.

Q : Avez-vous encore le temps d'écrire ?

J.G.-W. : Absolument! Parfois j'écris des épisodes en même temps que je dirige la *writing room*.

Q : Que cherchez-vous chez vos collaborateurs ?

J.G.-W. : La capacité d'exécuter le format de quelqu'un d'autre. La capacité d'entrer dans la tête du *showrunner* tout en apportant sa propre originalité. Je me pose aussi la question si j'ai envie de passer 10 heures par jour avec cette personne.

Q : Si vous aviez plus de temps, écririez-vous autrement?

J.G.-W. : Non. En général, la pression n'engage pas la créativité.

Q : Écrivez-vous en comité ?

J.G.-W. : Non. Je dis : voici ce que je veux. Faites-le.



LE SHOWRUNNING AU QUÉBEC : UN PARI RISQUÉ OU UNE FAÇON DE FAIRE EN DEVENIR?

Table ronde menée par Sylvie Lussier. Comment l'expérience se vit-elle au Québec? Est-ce une méthode souhaitable?

Le risque d'adapter un succès de notre télévision pour le marché anglophone.

PARTICIPANTS

- Michelle Allen, scénariste, *Vertige*, *Pour Sarah*, Québec
- Bernard Dansereau, scénariste, *Annie et ses hommes*, *Toute la vérité*, Québec
- Jeppe Gjervig Gram, créateur, *Follow the Money*, Danemark
- Annie Piérard, scénariste, *Annie et ses hommes*, *Toute la vérité*, Québec
- Bruce Smith, *showrunner* 19-2, Canada
- Anders Toft Andersen, producteur, *Follow the Money*, Danemark

Au Danemark, sur la série *Follow the Money*, ils sont deux *showrunners* : Jeppe est le créateur de la série. Jeppe écrit sur le modèle américain, en *writing room* réduite composée de trois auteurs : lui-même comme « head writer » et deux auteurs. Anders est le producteur exécutif. Il passe 95 % de son temps en rendez-vous, à discuter avec tout le monde, mais ils partagent tous les deux la vision créatrice. Ils sont très liés et travaillent de concert.

Jeppe explique qu'au Danemark à la télévision publique, la DR, ils ont beaucoup de temps pour écrire. Ils ont besoin de ce temps parce qu'ils font une série sur le monde de la finance et qu'ils doivent faire beaucoup de recherche. Ils ont un recherchiste, mais les auteurs font aussi la recherche.

Au Canada anglais le *showrunner* n'a pas autant d'autorité que ce qui a été décrit par Javier Grillo-Marxuach précédemment. Il doit se battre pour le contrôle du *show* parce qu'il y a des producteurs qui veulent avoir une voix créative. Cette façon de faire est nouvelle au Canada anglais. Ils n'ont pas eu la possibilité de faire l'écriture longtemps d'avance. Ils doivent tourner vite, mais sur 19-2, ils essaient de se rapprocher du modèle décrit plus haut.

Annie Piérard et Bernard Dansereau forment un vrai duo d'auteurs. Pour *Toute la vérité* et *Annie et ses hommes*, ils ont ►

tout écrit à deux. Pour *Toute la vérité*, ils ont pris des collaborateurs pour les parties procès des épisodes. Au début, ils ont invité des scénaristes ponctuels à écrire des épisodes isolés, mais ça n'a pas fonctionné. C'était ennuyant et il leur fallait souvent tout réécrire. Finalement, ils ont engagé trois collaborateurs pour tous les épisodes, ce qui s'est avéré plus amusant. Annie avoue qu'elle n'avait pas envie d'engager d'autres auteurs. Elle a accepté parce qu'elle pensait que ça sauverait du temps. Faux.

Michelle Allen se définit comme une auteur solo qui a évolué vers autre chose. Il y a 20 ans, elle écrit *Diva* et comme le format passe de 10 épisodes par année à 24, elle engage une équipe de scénaristes. Elle précise cependant qu'elle ne passe pas 90 % de son temps en *writing room*. Le système ici est différent parce que le Québec n'a pas la masse critique des États-Unis. La hiérarchie décrite par Javier Grillo-Marxuach lui paraît tout à fait extraterrestre. L'auteur ici est gardien de la vision et la partage avec les autres scénaristes et les réalisateurs. Il s'agit d'un rapport de collaboration plutôt que d'une hiérarchie.

Sylvie Lussier : Est-ce que les auteurs sont les patrons des réalisateurs?

Jeppe Gjervig Gram : Oui, ç'a déjà été vrai, mais on ne travaille plus comme ça. Sur *Borgen*, on travaillait avec les réalisateurs. On veut leur créativité, leur investissement créatif.

Anders Toft Andersen : Nous sommes tous deux de jeunes auteurs et producteurs. Nous invitons les gens dans notre projet, les meilleurs possibles. Ils nous challengent et nous poussent plus loin.

Michelle Allen : On fait une œuvre de création. Les autres apportent leur *input*. Je participe au *casting*, au montage, j'écoute les commentaires des réalisateurs pour clarifier mes scènes, ma vision.

S.L. : Bruce, travailles-tu de façon différente si tu travailles sur une adaptation?

Bruce Smith : Je commence la saison IV de *19-2*, donc le *show* a maintenant sa propre identité. On a commencé la saison I en admirant l'original. On a entrepris le travail d'adaptation avec humilité. On a commencé à faire des changements seulement après les quatre premiers épisodes. Maintenant, nos personnages sont devenus différents. On a opéré de profonds changements et la saison III ne raconte plus la même histoire du tout.

Annie Piérard quant à elle, a découvert le plaisir de travailler en équipe, le plaisir pris à se connaître. Elle trouve cependant que cette forme de travail n'est pas écologique parce qu'elle génère un immense volume de textes et de documents imprimés! Bernard ajoute que ce n'est écologique ni en termes de papier ni en termes de temps puisqu'ils passaient le même temps sur les épisodes.

Bernard Dansereau : Un des avantages c'est que le *show* est devenu meilleur avec le temps. Le fait de débattre à cinq a enrichi le sujet. On cherchait moins notre souffle.

S.L. : L'aspect éducatif en télé est primordial au Danemark?

J.G.G. : Oui. On doit faire une série captivante avec un sujet sociétal et éducatif. C'est inspirant parce que nos séries résonnent dans notre société actuelle. Ça demande beaucoup de travail.

A.T.A. : Ce n'est pas un secret. Les deux axes doivent être présents dans une bonne histoire.

J.G.G. : Mais nous faisons très attention à ne pas être didactiques. Raconter une histoire du point de vue local la rend universelle.

S.L. : Est-ce difficile de faire face à la concurrence américaine à la télé canadienne?

B.S. : Oui, mais comme partout ailleurs. Partout, on se mesure aux Américains. Mais je veux aussi laisser quelque chose au public. On a moins de choix parce qu'on a moins d'argent. Par exemple, je ne peux pas écrire de trucs historiques. Cette comparaison avec les États-Unis... C'est au cœur de notre création d'être les meilleurs au monde.

Les auteurs qui ont du succès sont créatifs, font des choses nouvelles, prennent des risques.

—Bruce Smith

S.L. : Ça prend quoi pour être *showrunner*?

M.A. : Je suis fasciné par la vision de Javier Grillo-Marxuach, mais on ne travaille pas comme ça. On fait par exemple deux jours pleins de *brainstorming* et après on rentre écrire. Prendre le temps d'échanger, de se raconter nos vies personnelles c'est très enrichissant pour le travail en équipe. Mais moi je porte ma vision, mes choix se font à l'intérieur de moi. Et parfois je trouve les choses en écrivant, seule chez moi.

B.D. : On a trouvé trois scénaristes procureurs pour travailler avec nous et à la fin, on était rendus aussi forts qu'eux en droit criminel!

Annie Piérard : Comment trouver les bonnes personnes? Ça prend une sensibilité qu'on ne s'explique pas, c'est presque une façon commune de voir la vie. En ce moment, on écrit notre nouvelle série, *L'imposteur*, avec notre fils. C'est vraiment le fait de construire des causes légales sur *Toute la vérité* qui nous a amenés à écrire avec d'autres auteurs.

S.L. : Comment choisissez-vous vos auteurs?

B.S. : Je cherche une écriture exceptionnelle et quand je trouve ça, j'essaie d'attraper son auteur! Les auteurs qui ont du succès sont créatifs, font des choses nouvelles, prennent des risques. Je fais une passe sur tous les scripts des autres, je tente de protéger les scripts des autres, mais ils sont comme les chapitres d'un roman. Il faut qu'il y ait une homogénéité. ►

Le risque en série

MERCREDI AVANT-MIDI

Suite de la page 9

S.L. : D'où est venu le sujet de la série *Follow de Money*?

J.G.G. : Je l'ai développé avec un des auteurs de *Borgen* et le producteur a aimé l'idée. Alors j'ai développé le projet.

QUESTIONS ET RÉPONSES

Q : Est-ce que le *showrunner* peut se diviser en deux, un auteur et un réalisateur? L'avenir est-il dans l'écriture en groupe?

Michelle Allen : Je parlerais plutôt d'équipe. Je discute avec le réalisateur, les idées circulent, je rencontre chaque réalisateur et on discute des scènes, des épisodes. Je ne vais pas sur le plateau. Je ne parle pas aux acteurs, c'est au réalisateur de le faire. C'est un travail essentiel de communication entre le réalisateur et moi. Écrire seule ou en équipe? C'est une question d'exigences de production.

Joanne Arseneau : Ici on fait du *showrunning* à relais en travaillant avec un producteur créatif et un réalisateur. Je trouve fantastique l'apport des réalisateurs sur une série. Bruce, j'ai écrit sur *19-2*. C'est surprenant, vous avez déjà dit que Podz était le *showrunner*.

Bruce Smith : Oui. Son travail sur *19-2* était celui qui se rapprochait le plus de celui d'un *showrunner* : le gardien de la vision. Moi je fais les pistes, je suis la voix du *show* pour le diffuseur. Pour moi, Podz était le *showrunner* parce qu'il réalisait tous les épisodes.

Joanne Arseneau conclut cet échange en disant que pour elle le véritable *showrunner* dans ce cas est le producteur, Jocelyn Deschênes, qui a produit la série dans les deux langues et qui est donc le véritable gardien de la série.

Q : Quelle est la part du frein économique au Québec quand on parle de *showrunning*?

B.S. : Il y a un impact réel. Pour *19-2*, il y a eu un effort financier considérable.

M.A. : Je ne crois pas que le facteur économique soit en cause ici. Ce qui est en cause c'est que les auteurs sont peu habitués à travailler sur ce modèle. Ça prend beaucoup d'humilité.

Louis Choquette réalise la version anglaise de *19-2*. Il répond à la question suivante : Ce n'est pas le même modèle en France, au Canada anglais et au Québec. Sur quel modèle travaillez-vous?

Louis Choquette : En France, le réalisateur est là dès le début. Au Canada anglais, on entre dans une série une année plus tard. Les modes de création sont différents, mais ils sont tous valables.

Q : Sur *Borgen*, est-ce qu'il y avait des auteurs hommes et femmes?

Jeppe Gjervig Gram : *Borgen* a été créé par un homme, l'auteur Adam Price. Tobias Lindholm et moi, on s'est joints à lui. Nous étions trois hommes à écrire ce personnage de femme très forte. J'ai été élevé dans une maison remplie de femmes. Je les comprends mieux que les hommes! Mais homme ou femme, les bonnes idées viennent du partage de nos secrets dans la *writing room*.

Q : *Borgen* a-t-il créé un modèle d'écriture au Danemark?

J.G.G. : Non. Nous travaillons avec une tradition d'écriture depuis 15 ou 20 ans. *Borgen* en a été l'incarnation.

Anders Toft Andersen : Le modèle n'est pas si important. Ce qui compte, c'est le porteur de la vision. 



Le scénariste et producteur danois de la série *Follow the Money*, Jeppe Gjervig Gram et Anders Toft Andersen, les scénaristes Michelle Allen (*Pour Sarah*), Sylvie Lussier (*L'auberge du chien noir*), Bruce Smith (*19-2* v.a.), Bernard Dansereau et Annie Piérard (*Toute la vérité*).

LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016


MERCREDI APRÈS-MIDI

TABLE RONDE DES CHERCHEURS UNIVERSITAIRES

LE RÔLE DES TÉLÉVISIONS PUBLIQUES DANS LA PRISE DE RISQUES EN FICTION AU QUÉBEC.

PARTICIPANTS

- Pierre Barrette, professeur, UQAM
- Stéphane Baillargeon, journaliste, Le Devoir
- Stéfany Boisvert, doctorante, UQAM
- Roger de la Garde, professeur, Université Laval
- Germain Lacasse, professeur, Université de Montréal
- Johanne Larue, productrice, Attraction Images

Des chercheurs universitaires réfléchissent sur la télé. Stéphane Baillargeon apporte un point de vue critique et Johanne Larue celui de la production. La base de la réflexion est le téléroman comme forme-mère. À partir des *Plouffe*, les Québécois se reconnaissent à la télévision et ceci crée un sentiment identitaire très fort qui aurait mené à la Révolution tranquille.

Roger de la Garde fait partie de ceux qui consomment de la télévision. Il a réfléchi au rôle de la télé et à la prise de risque. Le risque est un danger prévisible et on peut en prévoir les coûts. Si on peut calculer le risque, on peut donc développer certaines stratégies. M. de la Garde se définit comme partie prenante de ceux qui prennent le risque de regarder la télé. ►

Johanne Larue, Germain Lacasse,
Pierre Barrette, Stéphane
Baillargeon, Stéfany Boisvert,
Roger de la Garde



PHOTOS DU REPORTAGE © LILIANE TREMBLAY - CTVM

Le risque en série

MERCREDI APRÈS-MIDI

Suite de la page 11

Il établit plusieurs risques : financier, générique (de genre) et concomitant.

Parmi les risques concomitants, il s'attarde sur ces derniers :

- créer cause un risque plus grand en l'absence de sujet traité par d'autres
- risque de notoriété (ne pas vouloir se tromper)
- risque soft de la transgression ou de l'agression pour celui qui regarde : estimation du degré d'ouverture du public. Sommes-nous prêts à recevoir ce qu'on nous offre?

Stéphane Baillargeon nous rappelle l'étymologie du mot risque qui signifie écueil, rocher tranchant. Selon lui, il est important de prendre des risques pour faire des profits en télé. Ce qui l'intéresse c'est être le témoin de la société, ce sont les productions qui repoussent les limites comme le fait l'art contemporain, et ce, même si les productions à risque ne sont pas les plus populaires et que le public ne partage pas son engouement. Il prend pour exemple l'émission *Madmen* qui a été citée dans tout un tas de revues, mais très peu regardée. La série fait partie des émissions adulées par les critiques et une minorité de spectateurs, mais pas par le grand public. Selon lui, les gens ne sont pas intéressés par ce qui est risqué : ce qui fonctionne à la télé, c'est la culture de masse.

D'après lui, le mode de production scénariste seul ou en couple est limité. Il faudrait prendre le modèle américain du *writing room*. On a déjà des produits de qualité à la télé de Radio-Canada en jeunesse, en fiction, mais les chaînes V et TVA semblent peu engagées sur ce terrain. Il cite le contre-exemple des *Beaux malaises* qui semblait de prime abord risqué à TVA, mais qui en fait ne l'était pas : la série est de l'autofiction référentielle, elle s'appuie sur le vedettariat et utilise un script éditeur reconnu (François Avard).

Les chaînes spécialisées produisent très peu au Québec et devraient faire davantage. Aux États-Unis, ça existe et ça se nomme HBO. Il souhaiterait que la SRC devienne la HBO du Nord en augmentant ses budgets et en la sortant de l'obligation de faire du volume et de la cote d'écoute. Les Netflix de ce monde sont dangereuses parce qu'elles grugent les auditoires sans participer au financement. Mais le risque ce n'est pas une question uniquement de moyens financiers. Il semble selon lui que du côté de la scénarisation nous ayons des problèmes.

Stéfany Boisvert construit sa communication du point de vue de l'innovation et de la qualité télévisuelle et souhaite des productions plus innovatrices. Selon elle, le rôle de la télé publique est énorme, car elle a été à l'avant-plan du risque, de l'innovation, de la qualité télévisuelle pour repousser les limites. Son rôle est aussi de questionner ces termes. Aujourd'hui où en sont les choses?

Notre innovation québécoise ne doit pas se mesurer à celle de HBO, mais se définir par elle-même. HBO a eu un grand succès

avec *The Sopranos*, mais ils ont quand même refusé *Madmen*. Leur prise de risque n'est pas évidente. Mme Boisvert souhaite que nous redéfinissions notre propre innovation.

Germain Lacasse nous offre un beau coup de gueule contre la télévision d'ici. Il affirme que notre télévision a peur des tabous, de la politique et qu'elle est de l'ère néolibérale. La télé du Québec est de qualité narrative et esthétique, mais elle n'est pas politique. La série *Bunker* était osée, *Les Bougon* était une série qui divisait les téléspectateurs. À cela, M. Lacasse dit bravo : « On veut une télé qui unit. Les séries n'osent pas aller fesser sur le bobo. » Il veut du Robert Morin en télé et ajoute que s'il était la SRC, il imposerait les sujets. Il cite *Infoman* en exemple : pourquoi l'émission fonctionne-t-elle? Parce qu'elle rit des politiciens. « Je veux une télé qui parle de sujets tabous! On vit dans un monde préapocalyptique et ça, on ne le voit pas à la télévision! » Et vlan!

Avoir peur donne des émissions mainstream. Les séries 19-2, Unité 9 et Les Bougon ont été des séries à risques, mais elles ont généré du succès. Il faut réfléchir la société diversifiée qui est la nôtre.

—Johanne Larue

Pour Johanne Larue qui y a longtemps œuvré, la mission de la télé publique est de prendre des risques, mais ça ne devrait pas reposer uniquement sur ses épaules. Tous les créateurs devraient partager cette mission. Ici, le bassin de population n'est pas assez grand pour que nous ayons une HBO. On a recours aux impôts pour bâtir notre culture et on voudrait que cet argent aille à la SRC, mais son budget diminue sans cesse. Le problème vient aussi du fait qu'on demande à la SRC de faire de la côte d'écoute et de s'autofinancer : « Tout le monde cherche le Saint Graal : on nous demandait à Radio-Canada de trouver des séries à la fois rassembleuses et audacieuses. » Elle note au passage qu'à Séries+, à TVA, on prend plus de risques qu'avant, mais elle continue d'espérer que la SRC ait davantage de moyens sans être gouvernée par les revenus.

Mme Larue réfléchit ensuite à la notion de risque : avoir peur donne des émissions mainstream. Les séries 19-2, *Unité 9* et *Les Bougon* ont été des séries à risques, mais elles ont généré du succès. Il faut refléter la société diversifiée qui est la nôtre. Elle ajoute que *Tout sur moi* et *Série noire* donnent l'impression d'avoir été « sauvées » par le public, mais dans les faits, ce n'est pas ça; les deux séries devaient revenir en ondes, mais Radio-Canada n'avait pas encore les argents escomptés. La veille du dépôt, l'argent est arrivé et les séries sont passées en production.

Germain Lacasse conclut qu'il n'y a pas de place pour les auteurs nouveaux, qu'il faudrait avoir des auteurs en résidence pour aller ailleurs que dans le mélodrame. Il pense qu'il faut insister davantage auprès de nos associations professionnelles pour pousser davantage les diffuseurs à prendre des risques.



Camilla Hammerich, productrice de la célèbre série danoise *Borgen*

CLASSE DE MAÎTRE : LE CAS *BORGEN* EXPLIQUÉ

COMMENT LE RISQUE SE VIT-IL POUR UN PRODUCTEUR DANOIS?

Camilla Hammerich, productrice, *Borgen* (Danemark) s'entretient avec Margot Ricard.

Margot Ricard : Comment avez-vous convaincu la télé publique danoise, la DR, de prendre le risque de *Borgen*?

Camilla Hammerich : Adam Price, le *headwriter* a eu cette idée et on a dû convaincre le directeur fiction de la DR que c'était une bonne idée. Nous avons eu l'argent six mois plus tard. Adam Price a fait un super pitch mais sa proposition ressemblait trop à *The West Wing* selon la DR. Le directeur fiction a alors demandé à Adam : « Qu'est-ce que toi tu veux dire avec ce *show*? On a besoin d'identification, on veut en savoir davantage sur le personnage principal, sa famille, etc. » On a cherché l'ADN du *show*. On a engagé deux jeunes auteurs (dont Jeppe Gjervig Gram, présent au colloque) pour travailler avec Adam. Et ils ont trouvé ce fameux ADN : « Comment peut-on se maintenir au pouvoir et demeurer soi-même? » Nous sommes retournés à la DR et les auteurs ont fait un *pitch* d'enfer et nous avons obtenu le feu vert.

M.R. : Comment avez-vous fait pour rendre cette série populaire?

C.H. : On doit avoir entre 1 million et 1 million et demi de revenus pour six millions d'habitants. On est obligés de faire ces revenus. Il faut donc rendre les choses accessibles au public : *heavy contents, light performance*¹. Dans *Borgen*, trois pôles ont été privilégiés : la vie privée, les politiciens et le journalisme. On avait très peur d'être ennuyants aux yeux du public. On a cherché des sujets intéressants comme la scène de l'épisode 1 où le personnage principal, Birgitte Nyborg, improvise son discours à la télé la veille des élections.

¹ Contenu puissant, traitement léger

Il y a deux pôles d'attraction très importants avec lesquels nous travaillons : fascination et identification. Trop d'identification donne les *soap opera*. Trop de fascination donne des *shows* pour public averti. L'équilibre entre ces deux pôles est très important. Voici un exemple d'identification dans *Borgen* : la scène où Birgitte Nyborg essaie ses vêtements pour le débat télévisé et doit porter la seule robe qui lui va même si elle n'est pas adéquate parce qu'elle a pris du poids. Nous savions que les politiciens allaient nous surveiller de très près. Nous avons inventé des noms de partis et nous n'avons utilisé que les événements réels datant d'avant 1992. Donc, aucun politicien actuel ne pouvait se reconnaître.

M.R. : Est-ce que ça a été difficile de trouver la bonne actrice pour jouer Birgitte Nyborg ?

C.H. : Oui. Faire une série politique, c'est difficile. Les acteurs en audition ne comprenaient pas de quoi ils parlaient! Qui allait incarner cette première femme Première ministre ? Ça prenait la bonne personne sinon tout tombait. On en a vu 15 en auditions, et d'excellentes comédiennes, mais on ne trouvait pas. Et puis cette comédienne est arrivée (Sidse Babett Knudsen), qui n'avait jamais joué un rôle de cette stature. On n'y croyait pas vraiment en audition, mais quand on a regardé son essai filmé, on a été convaincus que c'était la bonne. Même si elle non plus ne comprenait pas de quoi elle parlait! Au fur et à mesure du tournage, elle a pris de plus en plus possession de son personnage allant jusqu'à demander des rencontres avec les auteurs quand elle n'était pas d'accord avec leur vision. Elle défendait son personnage jusqu'au bout.

M.R. : Comment l'auteur a-t-il accepté de partager le succès de la série avec les deux jeunes auteurs?

C.H. : Adam Price est un vrai chef. Mais il n'a pas d'égo quand il entre dans la *writing room* avec ses deux auteurs.

Voici le modèle d'écriture utilisé pour *Borgen* : les auteurs avaient deux semaines pour écrire les grandes lignes d'un épisode, une semaine pour en faire le synopsis et trois semaines pour faire la V1. Après les notes, ils avaient deux semaines pour produire la V2. À cette étape, deux semaines avant le tournage, il y a une lecture de l'épisode avec les acteurs et les gens concernés et Adam Price prend toutes les notes de tout un chacun. De là, il écrit la version finale.

C.H. : Le secret derrière le succès de *Borgen*, c'est le temps mis sur chaque scénario et l'argent investi sur les auteurs. *It's cheap money*. C'est de l'argent bon marché parce que sur l'ensemble de la production, il ne représente que le salaire des auteurs. Je vous le recommande!

Note : Vous pouvez lire à ce sujet le livre qu'a écrit Camilla Hammerich, *The Borgen Experience*, disponible sur Amazon.

M.R. : Vous avez neuf réalisateurs pour trente épisodes. Comment s'assurer de l'unité?

C.H. : Il y a le réalisateur coordonnateur, le *head director*, qui est le concepteur du visuel du *show*. Il commence un an avant le premier jour de tournage. Il prend toutes les responsabilités et il dirige

Le risque en série

MERCREDI APRÈS-MIDI

Suite de la page 13

les deux premiers épisodes. Les autres réalisateurs tournent tous deux épisodes. Chez nous, cinéma et télévision sont imbriqués. Les réalisateurs de cinéma viennent tourner des épisodes de télé. Ils aiment bien venir tourner deux épisodes parce que c'est comme tourner un film, c'est la même durée. On travaille donc sur deux épisodes à la fois, on en finit deux. Ça prend un mois environ. On fait le plan de tournage pour les épisodes et on demande aux auteurs d'écrire en tenant compte des saisons durant lesquelles les épisodes seront tournés.

Chez nous, le cinéma et la télévision sont imbriqués. Les réalisateurs de cinéma viennent tourner des épisodes de télé.

M.R. : Les médias sont très importants dans la série.

C.H. : Oui. On a fait un portrait assez cynique d'une station télé cynique. On avait envie de ça. Et on voulait que ce soit réaliste. On nous a laissé l'entière liberté comme on créait une station télé de toutes pièces. 80 % des épisodes sont filmés en studio et 20 % à l'extérieur. Un épisode coûte environ 1 million en dollars canadiens. Ça vaut plus parce que comme nous sommes à la télé publique, nous ne payons pas les studios où nous tournons.

M.R. : Vous avez dit que 80 % du budget provenait de la DR à partir du moment où ils vous ont donné le feu vert pour *Borgen*.

C.H. : Oui, mais maintenant pour la nouvelle série que je produis c'est 60 %. Parce que j'ai fait un succès avec *Borgen*, je devrais être capable de trouver la somme nécessaire pour compléter le financement. Je coproduis la série avec Arte.

M.R. : Combien d'heures tourniez-vous par jour?

C.H. : De 8 à 9 heures. Si on dépasse ça, on assume les coûts. Mais j'ai toujours dit oui au temps supplémentaire. Un épisode, c'est 60 à 65 pages de script tournées sur 15 jours.

M.R. : Votre prochaine série est plus risquée, non?

C.H. : Elle a l'air plus risquée, mais tout comme *Borgen* l'était. Je travaille avec le même auteur, Adam Price. C'est une série qui porte sur la religion, la foi des prêtres et la non-foi des Danois. On veut investiguer la relation des Danois avec la foi. L'ADN est : « Qui priez-vous quand vous perdez la foi? » La recherche a pris un an et nous savons que nous provoquerons de nombreux débats au Danemark.

CLASSE DE MAÎTRE :

LES JEUNES QUI RISQUENT LA SÉRIE

LE CAS DE *PASSEZ GO*, JEUNES PRODUCTEURS ET CRÉATEURS DE LA SÉRIE PRIMÉE *LE CHALET*.

PARTICIPANTS

- Marie-Claude Blouin, réalisatrice et productrice
- Vicky Bounadère, productrice
- Félix Tétreault, directeur photo et producteur
- Kadidja Haïdira, auteure

La série est-elle un risque pour ces jeunes de 30-33 ans? Est-ce inaccessible pour eux?

Marie-Claude Blouin et Vicky Bounadère se sont connues à l'UQAM pendant leurs études. Elles s'entendaient bien et voulaient toutes les deux tester des choses. Elles ont décidé de s'incorporer. Elles ont ensuite suivi un stage d'entrepreneuriat. Elles avaient une volonté d'indépendance et Marie-Claude voulait une chose dans la vie : réaliser. Lorsque le 3^e membre du groupe les a quittés, Félix Tétreault, un camarade de l'UQAM, s'est joint à elles et *Passez Go* est devenu leur business à tous les trois. Ils sont producteurs exécutifs et au contenu, ils prennent les décisions ensemble et sur le terrain, Félix est directeur photo, Marie-Claude, réalisatrice et Véronique, productrice.

Dès leurs débuts, le trio se fait un plan de match. Ils font du corpo et du corpo et des capsules de corpo et encore du corpo... Ils rencontrent ainsi les diffuseurs, comme Télé-Québec, Tou.tv et des producteurs. Ils se font connaître. Ils ont un plan d'affaires bien établi, tout en travaillant beaucoup à l'instinct. Ils sont stratégiques. Ils savent qu'ils veulent faire de la fiction, mais ils placent leurs pions et se font connaître du milieu. Ils se rendent compte que de plus en plus ils sont pris dans le monde des corporatifs : Vicky et Marie-Claude décident alors de compléter leur formation à L'inis, en fiction. Pendant ce temps, Félix assure le suivi des corpos.

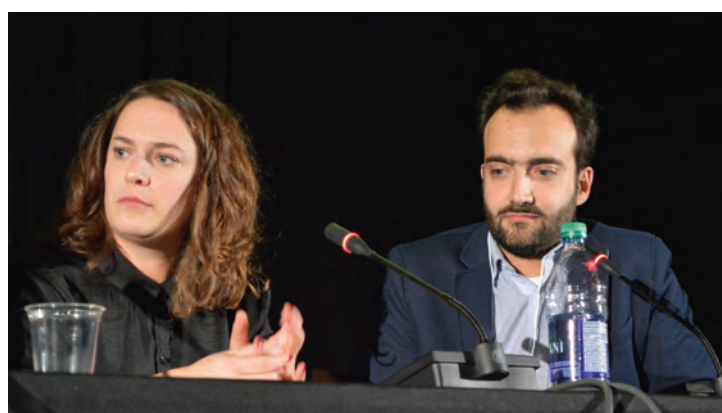
Dès leur sortie de L'inis, les deux filles proposent une série Web à Télé-Québec pour qui le trio avait fait des capsules. Télé-Québec a confiance en eux et comme Véronique était allée chercher son sceau de productrice, plus ils discutaient, plus le projet se concrétisait. Le trio continuait à faire du corpo pour faire entrer de l'argent dans les coffres. 100 % de cet argent est réinvesti dans la compagnie. Ils sont aussi tous les trois allés travailler sur *Loft Story* où ils ont beaucoup appris et c'est là qu'ils ont fait la connaissance de Kadidja Haïdira.

Kadidja Haïdira a toujours voulu être auteure. Elle a adoré travailler au *Loft* comme scénariste. Le travail est semblable à l'écriture d'un scénario : raconter des histoires avec des personnages. Elle admet en riant que c'était beaucoup plus le *fun* à faire qu'à regarder! Elle a étudié à L'inis, un an après Vicky et Marie-Claude. À sa sortie, elle participe à un concours de Tou.tv et gagne le prix : Tou.tv a produit sa série *Les Béliers*.

Passez Go a dû faire sa place dans le métier. Les trois jeunes producteurs ont dû monter leur crédibilité, mais surtout faire face à l'infantilisation dont ils ont été victimes. Comme si à cause de leur âge, ils ne savaient rien, à tel point que leurs clients pensaient



Kadidja Haïdara, Vicky Boudanère, Marie-Claude Blouin et Félix Tétreault



que c'était à eux de leur apprendre à faire leur métier. Les gens les trouvaient « cutes »... Ils ont dû trouver une façon de se démarquer par leur originalité.

Après les capsules jeunesse Web pour Télé-Québec et Tou.tv, arrive la série *Juliette en direct* que Télé-Québec accepte. Ils l'ont créée sur mesure pour le site Web du diffuseur. Ils ont aussi créé la série *Quart de vie* pour Tou.tv. C'est là qu'ils font appel à Kadidja pour écrire les textes.

L'étape suivante, c'est faire une fiction télé. *Passez Go* développe l'idée du *Chalet* et vend le projet à Vrak Télé. Encore une fois, ils développent le projet sur mesure pour Vrak. Ils prennent le thème, les rapports amour-amitié, dans une série américaine et les mettent dans un contexte québécois. Ils ont déjà en tête l'idée des six personnages qui partagent un lieu de vie, un chalet. Ils ont aussi les grandes lignes et ils ont une idée de leur *casting*. Ils veulent de jeunes acteurs, beaux et bons, en santé. Comme ils connaissent Julianne Côté avec qui ils ont travaillé, ils construisent autour d'elle. Et ils engagent de nouveau Kadidja. Celle-ci prend le projet et commence à tisser des liens entre les personnages. *Passez Go* veut explorer le triangle amoureux et Kadidja s'approprie l'idée et les personnages. Elle fait la courbe de la saison I et définit les canevas d'histoires pour chaque personnage. Les deux filles de *Passez Go* ne tarissent pas d'éloges devant son talent indéniable, sa grande ouverture d'esprit et ses grandes forces de dialoguiste. Elles travaillent toutes les trois à échanger des idées, à discuter; faire de la télé est ici un vrai travail d'équipe. C'est le début d'une belle aventure qui méritera à ses créateurs de nombreux prix.

Un des problèmes principaux rencontrés par la jeune équipe de *Passez Go* est son rapport aux banquiers. Il leur a été très difficile d'obtenir une marge de crédit. Ils ont fait preuve d'acharnement et ont réussi à avoir une carte de crédit de 5 000 \$. Vicky s'empare : « Ma sœur est ingénieure et elle a une carte de crédit de 40 000 \$! » C'est grâce aux parents de Vicky qu'ils ont eu accès à une marge de crédit. Comme ils sont acharnés et que la compagnie a une bonne santé financière – ils ont fait des profits avec leurs corpos, ce qui a servi à bâtir leur crédibilité financière – ils ont fini par se trouver un banquier attiré. Vicky ajoute avec fierté que c'est la banque elle-même qui a communiqué avec eux après le succès de *Quart de vie* : « Ça pris huit ans pour leur prouver qu'on était crédibles et qu'un « bac en Comm », ça vaut quelque chose! »

Passez Go a monté les marches une à la fois sans jamais perdre de vue son but.

QUESTIONS ET RÉPONSES

Q : Comment faire pour avoir de la crédibilité quand je me présente? Comment acquérir de l'expérience dans le métier?

Kadidja Haïdara : On n'est pas rémunéré pendant un bon bout de temps quand on commence. J'oubliais souvent de faire mes factures quand j'ai commencé à gagner ma vie comme auteure parce que je n'étais pas habituée à être payée! Il faut être tête de cochon, y croire, ne pas abandonner. C'est important.

Marie-Claude Blouin : Les stages non payés m'ont apporté beaucoup de choses. Va faire des stages dans ce qui t'allume vraiment. Crée ton réseau.

Q : Pour *Le Chalet*, aviez-vous des grilles, des barèmes d'écriture, de travail?

K.H. : Je n'ai pas de gabarit comme tel. J'écris et je fais tout approuver par les autres.

Vicky Boudanère : On se fait des balises pour les canevas, mais on n'a pas de grilles super claires. Il faut dire qu'on fait treize épisodes, pas cent vingt comme d'autres séries jeunesse. Et on travaille avec la même auteure, pas cinquante! Pour la saison III, on a plus d'autres d'auteurs. Mais, on ne fait qu'un gros *show* par année.

Q : Comment écris-tu pour t'y retrouver?

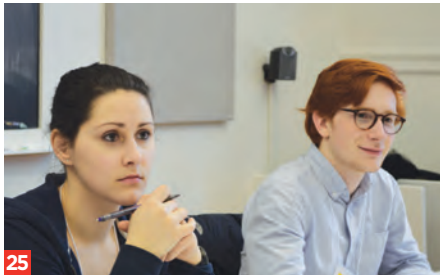
K.H. : Je me fais un bon plan d'écriture en partant. La planification. C'est la clé.

Les jeunes de *Passez Go* voient l'avenir d'un bon œil. Ils vont continuer à prendre leur place, à travailler avec les contraintes, à faire des compromis, mais si on leur demande de faire du bénévolat de leur métier, ils ne le feront pas. Ils respectent les gens avec qui ils travaillent et s'attendent au même traitement en retour. Ils n'ont pas peur de challenger les nouveaux modes de financement et ont bien l'intention de continuer à développer de la fiction sans délaisser d'autres champs d'expertise. Bravo à l'équipe! 



1. Pierre Mongeau, doyen de la Faculté des communication de l'UQAM 2. Quelques-uns des participants 3. Margot Ricard et Sylvie Lussier 4. Claude Robinson 5. Annie Piérard, Étienne Piérard-Dansereau et Bernard Dansereau 6. Rafaël Ouellet 7. Un participant et Camella Hammerich 8. Javier Grillo-Marxuach 9. Martin Matte, François Rozon et Louise Lantagne 10. Olivier Wotling, Dominique Besnehard, Alexandre Piel 11. Louise Richer, François Rozon et Michel Poulette 12. Rafaël Ouellet, Jeppe Gjervig Gram, François Létourneau, Margot Ricard, Joanne Arseneau et Dominique Besnehard 13. Camilla Hammerich, et Marc-André Grondin 14. Camilla Hammerich, Javier Grillo-Marxuach, Pierre Barrette, Margot Ricard, Olivier Wotling et Alexandre Piel

Le risque en série



15. Le groupe de l'UQAM-stratégie de production parrainé par Pierre-Yves Bernard 17. Le groupe de l'ÉNH parrainé par 16. Jérôme Enrico 18. Marianne Persson 19. Le groupe de l'UQAM-télévision parrainé par Joanne Arseneau et 20. Sylvie Lussier 21. Le groupe de L'inis parrainé par Marianne Persson 22. Le groupe de Concordia parrainé par 23. Javier Grillo-Marxuach 24. Deux étudiantes du groupe de l'UQAM-stratégie de production 25. Deux étudiants du groupe de l'UQAM-télévision 26. Le groupe de l'ÉNH 27. Le groupe de L'inis.

PHOTOGRAPHIES © LILIANE TREMBLAY - CTVM

LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016

JEUDI AVANT-MIDI

QU'EST-CE QUE LE RISQUE EN SÉRIES ? L'IMPORTANCE DU RISQUE. LE RISQUE GARANT D'ORIGINALITÉ, LE RISQUE OXYGÈNE DE L'AUTEUR, LE RISQUE POUR UN DIFFUSEUR. LE RISQUE EN RÉALISATION. LES EXEMPLES DE RISQUES QUI ONT PAYÉ PAR LE SUCCÈS.

TABLE RONDE

- François Létourneau, scénariste et comédien, *Série noire* (Québec)
- Jeppe Gjervig Gram, scénariste, *Follow the Money* (Danemark)
- Dominique Besnehard, producteur, *10 %* (France)
- Rafaël Ouellet, réalisateur, *Nouvelle adresse* (Québec)
- Joanne Arseneau, scénariste, *Le clan* (Québec)

10 %

Dominique Besnehard a été agent d'artistes pendant vingt ans. Il a vu des tonnes de situations drôles ou cruelles à son agence et trouvait qu'il y avait matière à histoires. Il a eu l'idée de la série *10 %*, mais elle n'a pas été facile à vendre. Personne n'y croyait. Il s'est fait dire que ça n'intéresserait personne à part le milieu. Finalement Canal+ a accepté de développer la série. Ils l'adoraient, mais au final ils voulaient quelque chose de *mainstream*, avec des partouzes et de l'héroïne. M. Besnehard savait que les vedettes françaises refuseraient de participer si la série s'engageait sur cette voie et il n'avait pas l'intention non plus d'aller dans cette direction. Il a quitté Canal+ et a proposé la série à France 2. Entre-temps, Cédric Klapisch s'est montré intéressé à la réaliser et son implication a ramassé tout le monde.

La série a obtenu un énorme succès. Lors de sa présentation au Festival de La Rochelle, ils ont obtenu un standing ovation et la série a été très bien jugée par les pairs. M. Besnehard était enchanté de voir que la télé française pouvait aller ailleurs que dans ses créneaux habituels. La série a été écrite par un ►

Rafaël Ouellet, Jeppe Gjervig Gram, François Létourneau, Margot Ricard, Joanne Arseneau, Dominique Besnehard



PHOTOS DU REPORTAGE © LILIANE TREMBLAY - CTVM

groupe de scénaristes dirigé par un *headwriter* et tout s'est passé dans le bonheur. Concernant le titre, *10 %*, France 2 n'en voulait pas alléguant que ça ne disait rien à la France profonde, mais Dominique Besnehard y tenait et les a convaincus en leur donnant l'exemple de *007* et de *Channel #5*. À noter que le titre à l'international est *Call my Agent*. Radio-Canada qui diffuse la série sur Tou.tv Extra a choisi de la présenter sous ce titre francisé, *Appelez mon agent*.

SÉRIE NOIRE

Série noire est une série drôle, à rebondissements dont François Létourneau ne voit pas le risque. Son but était de ne pas copier ce qui avait déjà été fait. Il avait envie de se reconnaître dans ce qu'il écrivait. Au départ, Jean-François Rivard, coauteur et réalisateur, et lui se sont dit que si eux aimaient ce qu'ils écrivaient, d'autres gens comme eux allaient aussi aimer la série. Il faut faire confiance aux spectateurs. Radio-Canada a pris le risque en sachant que ce ne serait pas un succès à la *19-2*.

Rafaël Ouellet lui demande comment conserver sa liberté de créateur quand on fait une série à plusieurs? Pour François Létourneau, le fait d'être deux les a grandement aidés. Ils sont deux dans les réunions, ce qui les place dans un rapport de force. François admet être une vraie tête dure : « Je suis radical. Si on m'en demande trop, je m'en vais. » Ce qui lui donne un vrai pouvoir de négociation. Rafaël Ouellet qualifie *Série noire* d'exception en télé et de miracle. Pour François Létourneau, il est clair que c'est le succès des *Invincibles* qui a permis *Série noire*.

FOLLOW THE MONEY

Après les séries *The Killing* et *Borgen*, Jeppe Gjervig Gram reconnaît qu'il y avait des risques à produire la série *Follow the Money* puisque le financement est un sujet aride dont on parle peu. Mais parler d'économie en *prime time*, un dimanche soir, au Danemark, c'était considéré comme sociétal et important. La chaîne publique, la DR, prend des risques et ne veut pas se répéter, refaire ce qui a déjà été fait, pour elle c'est presque une obligation.

LE CLAN

La série *Le clan* est une coproduction Acadie-Québec. Elle est produite par Productions Casablanca au Québec et Phare-Est Média, Nouveau-Brunswick. Pour Joanne Arseneau, le premier risque, c'était celui-là et ce n'était pas le sien, son risque à elle étant de raconter l'histoire d'un criminel repent : le lieu d'où il venait importait peu. Casablanca ayant choisi de travailler avec Phare-Est, la production s'est retrouvée en partie au Nouveau-Brunswick. Le risque était de travailler avec des gens de là-bas, avec un bassin d'acteurs réduit.

Discussion avec les créateurs sur la prise de risque.

François Létourneau : *Série noire* a une prémisse difficile. Deux scénaristes qui écrivent une série décident de tester leur matériel. C'est plus compliqué que *Les invincibles* dont l'idée était simple : quatre gars décident de quitter leur blonde en même temps. C'est plus compliqué, mais ça reste divertissant.

Question : Quels sont les risques au cinéma par rapport à ceux de la télé?

Rafaël Ouellet : Les risques au cinéma et à la télé ne sont pas les mêmes. Au cinéma, les risques, tu les prends par toi-même. À la

télé, c'est ton travail qui est en cause. Tu te plantes, tu risques de ne jamais plus travailler en télé. Pour *Nouvelle adresse*, on m'a répété : Ce n'est pas une série sur la mort, mais sur la vie. Mais moi, je voulais parler de la mort. La saison III par exemple, portait sur le deuil, mais on m'a dit : Non, c'est sur la vie qui continue... On aurait dû faire une série sur la mort, en l'abordant de front. J'ai appris à surfer et à diminuer le risque. Cette année, je démarre une nouvelle série. Je n'ai jamais fait ça. Je fais partie de la colonne de risques avec tous les gens que j'amène sur le *show*.

Les chroniqueurs télé ont le jugement rapide. [...]

Ils sont entendus par les producteurs et les diffuseurs, ils font peur. S'il vous plaît, crissez-nous patience!

—Rafaël Ouellet

Dominique Besnehard : Arte est la chaîne la plus jeune et la plus originale en ce moment. Ils ont quand même fait *Les revenants*! Arte était intéressée par *10 %*, mais ils n'avaient pas les moyens financiers. Nous, on s'est dit : On va mettre le temps, mais on va la faire. C'est sûr que Klapisch a aidé, mais les scripts étaient bons et à France 2, nous étions bien accompagnés. Une fois que ça a décollé, il y a eu très peu d'embûches. La plupart des comédiens pressentis ont accepté de participer. Ceux qui ont refusé, ce sont des personnes qui n'ont pas assez d'humour. En ce moment, il se fait des remakes de *10 %* en Allemagne, en Italie et en Angleterre. Ça ne pourrait pas se faire aux États-Unis : là-bas, les agents sont plus puissants que les producteurs!

Q : Y a-t-il des thèmes tabous en télé?

F.L. : Au Québec, on fait encore beaucoup de téléromans. Ça parle trop. Il faut trop que tout soit clair, que tout soit dit et expliqué. Ce qui est intéressant, c'est souvent ce qui n'est pas dit.

Q : Le cinéma ne s'intègre-t-il pas davantage dans la télé?

Jeppe Gjervig Gram : Ça fait partie de la façon de faire de la DR depuis 20 ans, depuis le mouvement Dogma au Danemark. La DR cherche constamment des choses nouvelles. L'argent est à l'écran. Les séries sont faites comme des films.

Joanne Arseneau : Mais est-ce que vous n'avez pas d'autres chaînes qui font de la télé plus *cheap*?

J.G.G. : Très peu. Oui, nous avons des *soap*, mais ils ne durent pas. Les Danois sont habitués à un haut degré de qualité.

Rafaël Ouellet : On voudrait moins de téléromans pas très originaux, mais il n'y a pas de cote d'écoute pour les choses plus audacieuses. Pour la série *Histoires vraies* (qui jouait à fausser la réalité de la vie des acteurs et actrices qui y participaient), certains acteurs recevaient des messages de haine parce que le public ne faisait pas la différence... Il faut prendre plus de risques pour amener les spectateurs vers une nouvelle télé nourrie par le cinéma.

Le risque en série

JEUDI AVANT-MIDI

Suite de la page 19

F.L. : Oui, mais les budgets ont baissé en télé. On avait un budget de 500 000 \$ par épisode pour *Les invincibles*. Douze ans plus tard, c'est le budget moyen d'une série. Pour le scénariste, ça limite la façon de raconter. Ça a beau être filmé mieux, c'est plate pareil!

J.A. : Nous aurons de plus en plus de huis clos dans l'avenir.

Q : 10 % a de très beaux lieux de tournage.

D.B. : On a de très beaux décors, oui. Et les metteurs en scène pouvaient tourner des scènes dans les épisodes des autres, ce qui fait que parfois dans une journée les acteurs travaillaient avec les trois metteurs en scène. On a eu aussi un très bon financement. France 2 ne voulait pas vendre 10 % à l'étranger alors c'est TF1 qui vend le *show* produit par le concurrent. C'est absurde. Je les laisse se débrouiller!

QUESTIONS ET RÉPONSES

Q : Comment rendre l'argent sexy?

J.G.G. : L'argent est plus sexy pour les Danois que la politique. Une liasse de billets de banque est sexy, on est fascinés par la vie des gens riches et par le côté sombre de l'argent. Le gros problème, c'est de rendre les choses simples à l'écran pour que ce soit agréable à suivre.

Q : Comment voyez-vous le Web et les nouveaux médias?

J.G.G. : Au Danemark, on se concentre sur les choses dans lesquelles on excelle, soit les grandes séries. Je n'ai pas le temps en ce moment d'écrire autre chose que les textes de *Follow the Money*. J'aimerais bien écrire les clips Web de la série, mais je n'ai pas le temps et je ne laisserais personne d'autre le faire.

J.A. : Au Québec, c'est devenu automatique de développer le projet Web en même temps que la série. Ce sont des équipes totalement séparées.

Q : Pouvez-vous nous parler du Film Institut et des programmes pour l'enfance, ce que le Danemark fait pour éduquer le public.

J.G.G. : Le Danish Film Funds fournit une grande partie du financement des films. Tu soumetts ton projet et il faut qu'il ait une plus-value artistique. Mais il y a aussi des fonds pour les films plus « populaires » qui ne sont pas de l'art.

Q : À la SODEC, on a beaucoup étudié ce qui se fait au Danemark. Il faut éduquer le public pour le ramener vers notre cinéma et nos salles.

Q : Êtes-vous touché par les mauvais commentaires?

F.L. : *Série noire* fait trois à quatre fois plus d'audimat que les *Girls* par exemple, toutes proportions gardées, même si on pense que les cotes sont décevantes. L'amalgame se fait vite : « Si ça marche pas, ça doit être que c'est pas si bon que ça. » Ça, ça me fait de la peine. Moi, j'adore *Seinfeld*, c'est un chef-d'œuvre. Mais ça a pris quatre ans avant que ça devienne un succès. Ici, on juge trop vite dès les premières performances. Il faut laisser vivre les œuvres.

R.O. : Les chroniqueurs télé ont le jugement rapide. Ils écrivent beaucoup pour chroniquer une heure télé. Ils sont entendus par les producteurs et les diffuseurs, ils font peur. S'il vous plaît, crispez-vous patience!

J.A. : J'ai déjà appelé un chroniqueur télé pour lui demander pourquoi il passait la moitié de sa chronique à parler des cotes d'écoute plutôt que de contenu. Mettez les cotes d'écoute dans un encadré en bas de votre chronique et parlez d'autre chose!

LE RISQUE CRÉATIF VS LE RISQUE FINANCIER

TABLE RONDE

- Javier Grillo-Marxuach, scénariste et producteur, *Lost*, *The 100*, *The Middleman* (États-Unis)
- Camilla Hammerich, productrice, *Borgen* (Danemark)
- Alexandre Piel, directeur adjoint de l'Unité Fiction, ARTE (France)
- Olivier Wotling, directeur de l'Unité Fiction, ARTE (France)

Question : Aux États-Unis, avez-vous des budgets illimités? Est-ce une préoccupation?

Javier Grillo-Marxuach : La créativité est toujours contrainte. Il n'y a jamais assez d'argent pour réaliser votre projet tel que vous le pensez, même si vous avez des millions. Il y a des risques que l'on prend parce qu'on travaille pour le public le plus large possible. En fait, la plus grande partie de l'argent va à la construction des différents décors.

Camilla Hammerich : On l'a déjà dit, nos productions sont de grande qualité. Pour le nouveau projet que je fais, on aurait pu passer le budget des vingt épisodes dans une scène d'une demi-heure qui se déroule en Irak. Je dois garder les rênes serrées. Je travaille avec Adam depuis 15 ans. On n'a plus de filtre entre nous. Parfois en réponse à ses propositions je lui dis : « Mais tu dois quand même avoir appris des trucs, non, en 15 ans! » Il faut trouver des solutions. En ce moment, pour le projet sur la foi, on est en coproduction avec Arte. C'est nouveau, c'est bien, cet argent français. Cette série nous amène davantage sur la route et ça devient plus dispendieux. J'ai dépassé le budget sur *Borgen*, mais là, je n'ai plus le droit.

J.G.-M. : L'argent n'est pas un corollaire direct avec la créativité. Il faut trouver la meilleure façon de raconter ce qu'on veut avec les moyens que l'on a.



Javier Grillo-Marxuach et Pierre Barrette, Camilla Hammerich, Olivier Wotling et Alexandre Piel

C.H. : *Ya, but money helps!*¹

Q : Arte, vous vous impliquez de plus en plus dans le renouvellement de genre en télé, en France.

Olivier Wotling : Oui, on a commencé avec *Les revenants*. On change nos méthodes de production. C'est très excitant. Les auteurs de cinéma veulent venir travailler en télé. Le renouveau pour Arte a continué avec Bruno Dumont qui a fait un projet qui a eu du succès, *P'tit Quinquin*. Arte est une petite chaîne franco-allemande diffusée sur les deux pays et dans les deux langues. Ce qui nous définit le mieux : Innovation – Découverte – Créativité. Et ce, sans objectif d'audience. Nous sommes connus pour être pauvres alors au niveau de la production c'est plus compliqué qu'ailleurs. Mais on est souvent les seuls à donner autant de liberté aux auteurs.

Par contre, je n'opposerais pas ces deux risques, artistique et financier. Je parlerais plutôt de singularité et de diversité. Nous cherchons le risque artistique, ensuite, comment compléter le financement pour produire la série et, comme on est pas trop « Français », ça nous ouvre bien des portes pour les ventes à l'international. La série *Ainsi soient-ils* par exemple se vend très bien et il y a des possibilités de remake. *Au service de la France*, une émission qui joue sur la dérision, marche très bien dans les pays anglophones. Là, le décalage culturel fonctionne très bien. En France, c'est très étanche entre le cinéma et la télévision au niveau financier et professionnel. Le monde du DVD est en train de tomber, La VOD va sans doute tomber elle aussi. Il faut trouver quatre ou cinq partenaires financiers parce qu'à date, on a été très dépendants du diffuseur qui paye 70 % des frais.

Q : Aux États-Unis, la cote d'écoute règne en maître. Est-ce une épée de Damoclès?

J.G.-M. : Parfois, des *shows* commencent lentement et finissent par très bien fonctionner. Quand il n'y avait que trois grands diffuseurs, on donnait plus de temps aux séries pour faire leurs preuves. Mais aussi certains *shows* fonctionnent parce qu'ils finissent par trouver leur public. *The Middle Man* n'a pas fait de classement, mais le diffuseur l'aimait alors ils l'ont gardé en ondes et ont fini par en faire un beau coffret DVD! Les séries ont des vies plus longues qu'avant avec la VOD, le Web, etc.

¹ Oui, mais l'argent, ça aide !

Q : Quelle est la différence entre un diffuseur plus commercial comme TV2 au Danemark et la DR?

C.H. : La différence? On a moins d'argent, on passe moins de temps sur les scripts et on tourne beaucoup plus vite. Ils ne prennent pas autant de risques créatifs que la DR. Quand ils ont un succès, ils veulent qu'on répète la même chose. Par exemple, on a fait pour TV2 un calendrier de Noël télé, ce qui est une vraie tradition au Danemark. Ça s'appelait *Jésus et Joséphine*. C'était l'histoire d'un petit gars de 12 ans (Jésus) qui rencontre cette jeune fille danoise et ils voyagent dans le temps... Bon, le directeur de la programmation répétait sans arrêt : « C'est la chose la plus risquée qu'on ait jamais faite! » Ce fut un grand succès.

Les histoires locales peuvent devenir internationales. « Do the same! » Vous avez un magnifique pays, une belle culture, de la bonne bouffe... Allez-y!
—Camilla Hammerich

Q : Y a-t-il aussi l'obsession des cotes d'écoute à la DR?

C.H. : Tous les diffuseurs du monde entier sont obsédés par les cotes d'écoute. Même à la DR!

J.G.-M. : On a peu de flexibilité quand on fait un *show*, sur l'agir de la cote d'écoute. Parce que quand le *show* est en ondes, nous on est rendus beaucoup plus loin dans l'écriture. Si on change le format en chemin, ça ne fonctionnera pas.

C.H. : Non, c'est impossible à faire!

O.W. : Nous, on n'a pas cette obligation d'audimat à Arte, mais on est quand même contents quand on fait 1 million de spectateurs. L'accueil critique, les sélections en festival, la présence en médias, pour nous, ça remplit la moitié du contrat. Même dans les critiques négatives qu'on peut recevoir, il y a toujours un bémol : « Au moins, Arte a tenté quelque chose. »

Le risque en série

JEUDI AVANT-MIDI

Suite de la page 21

C.H. : Mais est-ce correct pour vous si vous avez 300 000 spectateurs?

O.W. : Ah non, là le bateau coule! On espère faire 3 % de parts de marché. Si on fait 2,5 %, on est pas complètement indifférents. On a quand même un minimum à respecter.

Alexandre Piel : On diffuse en même temps en Allemagne alors ça ajoute une couche de complexité. Mais, on ne peut faire un succès qu'en se concentrant sur un seul territoire.

Q : Vous sentez-vous menacés par les plateformes comme Netflix?

J.G.-M. : *They are wonderful!*² Il y a davantage de *shows*, donc davantage de travail pour les auteurs ! Ils se financent à même leurs abonnements et ils sont plus insensibles au classement. Netflix demande souvent davantage de ce que les autres refusent : nudité violence, sexe, meurtres... *The more television there is, the best it will be!*³

QUESTIONS ET RÉPONSES

Q : Comment ça fonctionne Arte sur deux pays?

O.W. : On présente une série d'ailleurs sous-titrée ou doublée en France. En Allemagne, c'est toujours doublé en allemand.

Q : Vous avez un projet avec le Québec, non?

O.W. : Oui, ça s'appelle *Fatale-Station*, de Stéphane Bourguignon. On vient de prendre la série en préachat. Et on prend le projet tel qu'il est, on ne le refait pas. C'est un mélange de *thriller*, de western et ça fait preuve d'une grande empathie humaine. On a trouvé ça formidable. Ça va parler aux Français et il y a une belle différence dans les cultures d'écriture. C'est réalisé par Rafaël Ouellet et on va diffuser la série sans la doubler.

J.G.-M. : *Risk is not a brand.*⁴ *Lost* a entraîné un énorme risque financier. Ils ont commencé par acheter un avion, ensuite, ils ont engagé des auteurs. Ça n'avait aucun sens, mais ABC y a cru! Le risque vient d'une décision personnelle, de quelqu'un quelque part qui dit : « Okay, on le fait! »

C.H. : Les histoires locales peuvent devenir internationales. *Do the same!*⁵ Vous avez un magnifique pays, une belle culture, de la bonne bouffe... Allez-y! 

² Ils sont formidables!

³ Plus il y aura de télé, meilleure elle sera!

⁴ Le risque n'est pas une marque de commerce.

⁵ Faites pareil!



3^e édition de *Bientôt sur nos écrans*

Rabais de 15 % pour les membres de la SARTEC

Le 1^{er} juin prochain à Montréal, à la salle La Plaza, aura lieu la 3^e édition de *Bientôt sur nos écrans*. Une conférence unique permettant aux professionnels des médias de mieux saisir la portée des nouveautés et des tendances dans le secteur des contenus-écrans.

En primeur cette année, en marge de *Bientôt sur nos écrans*, se tiendra le Marché de la réalité virtuelle de Montréal. Une journée d'exposition et d'échanges directs entre les divers fournisseurs et clients potentiels intéressés aux applications concrètes en réalité virtuelle et en réalité augmentée.

Les membres de la SARTEC bénéficient d'un rabais de 15 % sur les prix des billets de ces deux événements en appliquant le code promo SARTEC-BSENE16.

Pour plus de détails :

www.bientotsurnosecrans.com/reservez-vos-billets/

Renseignements

Gilbert Ouellette, président Groupe Évolumédia,

514-813-3586 | go@evolumedia.ca

PLACE À LA RELÈVE - STAGE DE SCÉNARISATION LISTE DES MEMBRES DES GROUPES D'ÉCRITURE

École nationale de l'humour, L'inis, Université Concordia,
UQAM - télévision, UQAM - stratégie de production

PARRAINS

Joanne Arseneau, Pierre-Yves Bernard, Jérôme Enrico,
Javier Grillo-Marxuach et Marianne Persson

LES STAGIAIRES

Estelle Abou, Yan Bilodeau, Janick Blanchet, Patrice Bonneau, Julien Carpentier-Roberge, Véronique Clément, Élise Ekker Lambert, Ève Forte, Alexandre Gauthier, Patrick Gourdeau, Jeremy Hervieux, Stéphanie Labbé, Maria Monserrat Muro Maass, Virginie Nolin, Marie-Josée Ouellet, Marc-André Piette, Didier Pigeon-Perreault, Sybille Pluinage, Gaël Poirier, Camille Renaud, Alessandra Jennifer Ross, Marie-Ève Saucier, Myriam St-Aubin, Lisa Talbot, Mathieu Turcotte, Tam Dan Vu

LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016

JEUDI APRÈS-MIDI

PLACE À LA RELÈVE!

QUI CRÉERA LE CONCEPT DE SÉRIE LE PLUS ORIGINAL DANS UNE JOURNÉE?

Les scénaristes mentors

- Joanne Arseneau, *Le clan*, (Québec)
- Jérôme Enrico, réalisateur, *Paulette*, et directeur à L'Esec (France)
- Pierre-Yves Bernard, scénariste, *Minuit le soir* (Québec)
- Javier Grillo-Marxuach, scénariste et producteur, *Lost*, *The 100*, (États-Unis)
- Sylvie Lussier, scénariste, *L'auberge du chien noir* (Québec)
- Marianne Persson, productrice et professeure à la SADA, (Suède)

Les jurés

- Richard Haddad, Contenu QMI-TVA
- Catherine Vidal, Corus Média
- Brigitte Léveillé, SRC

La commande était costaud, voire périlleuse : écrire un document qui servira à faire le *pitch* d'une série; en décrire l'univers, le ton, la courbe dramatique pour un format de 10 fois 1 heure et en fonction d'un diffuseur généraliste; créer une série audacieuse et originale avec un personnage principal, des personnages secondaires, trois pages d'une scène dialoguée. Et tout ça, en 5 ou 6 heures d'atelier!

LES PITCHS

- 1 L'équipe de Concordia
(sous la direction de Javier Grillo-Marxuach)

- Prémisse: *Et si on quittait la société?*

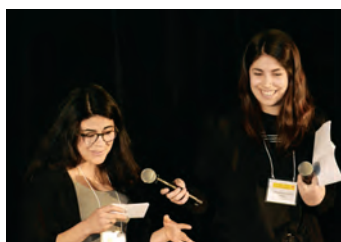
Les deux étudiantes avouent ne pas se sentir partie prenante de la société et ont envie de changer la vie.

- Synopsis : Une professeure de philosophie à l'université et qui enseigne les événements liés à Mai 68 décide de tout quitter quand un de ses étudiants est tué lors d'une manifestation contre l'austérité. En réaction, elle s'établit sur une terre avec d'autres personnes comme elle pour fonder une communauté autosuffisante. Le groupe réussira-t-il à quitter totalement la société ou ses membres seront-ils rattrapés par leur passé?

- Le public cible : les 18 - 30 ans.

Chaque saison (4) se déroule sur une saison de la nature. Le groupe doit ainsi s'acclimater aux différentes saisons et aux événements qui y sont liés.

- L'équipe a reçu une mention spéciale.

Les concurrents du *pitch*

PHOTOS DU REPORTAGE © LILIANE TREMBLAY - CTVN

Le risque en série

JEUDI AVANT-MIDI

Suite de la page 23

2 L'École nationale de l'humour (sous la direction de Jérôme Enrico)

- Titre : *MX2430*
- Prémisse : Que fait-on quand on a droit à une deuxième chance? C'est l'histoire d'un cadavre portant le numéro MX2430 qui n'est pas mort. L'homme aura ainsi droit à une deuxième chance.
- Synopsis : Marc vient de recevoir un diagnostic de cancer. Il doit mourir, mais il ne meurt pas et se réveille dans le congélateur de la morgue. En menant son enquête, il découvre qu'il n'a jamais eu le cancer. Sa femme a refait sa vie avec un autre homme alors il décide de s'en tenir loin. Tous ceux qui aperçoivent Marc croient voir un fantôme. Marc cherche pourquoi il a reçu ce faux diagnostic de cancer et réalise que le médecin qui l'a diagnostiqué est le nouvel amant de sa femme. Que fera-t-il? La laissera-t-il être heureuse avec le médecin ou se vengera-t-il? Sa femme est-elle complice du leurre ou une victime comme lui?
- L'équipe de l'ÉNH a reçu une mention spéciale.

La commande était costaute, voire périlleuse.

3 L'équipe de l'UQAM – Stratégies de production et cinéma (sous la direction de Pierre-Yves Bernard)

- Titre : *Justin de Nazareth*
- Thème : Faire le bien peut parfois aussi vouloir dire faire le mal. (Comédie dramatique)
- Synopsis : Justin, 22 ans, s'occupe d'un centre qui traite les dépendances diverses. Quand il fait face aux compressions budgétaires mises en place par le gouvernement, Justin se voit forcé de mettre la clé dans la porte. L'espoir renaît quand il rencontre Richard, 51 ans, qui rachète l'immeuble où est situé le centre. Richard offre à Justin de déménager son centre sur une base de plein air qu'il possède à Oka. Mais il y a une condition : il doit s'occuper de Patrick, 27 ans, qui habite là-bas et se prend pour Jésus. Il doit aussi accepter que Patrick l'assiste dans son projet de rebâtir le centre de dépendances. Sur place, à Oka, Justin découvre les anciens plants de pot de Richard. Il demande à deux de ses ex-toxiques de les cultiver pour vendre le pot et faire de l'argent. Justin va se retrouver aux prises avec Jésus qui va prendre la tête de la colonie.
- L'équipe a remporté le 3^e prix : des billets de cinéma offerts par Cinéplex-Odéon.



À l'arrière, les membres du jury Catherine Vidal (Corus Média), Richard Haddad (QMI) et Brigitte Léveillé (SRC). À l'avant, quatre des membres de l'équipe de l'UQAM-télévision gagnants du concept de série.

4 L'équipe de L'inis (sous la direction de Marianne Persson)

- Titre : *Mission polaire*
- Thème : Peut-on changer le monde en restant éthique?
- Synopsis : À bord d'un brise-glace, une équipe internationale de chercheurs documente les changements climatiques. Jean, leur chef de mission, apprend que les fonds seront coupés et va prendre les moyens pour continuer la mission. Les petits plus de la série : les enjeux éthiques, la route du nord revendiquée par plusieurs pays, le huis clos et des personnages sexés, parce qu'aventuriers.

La mécanique de la série s'articule autour de trois axes :

- 1- La mission scientifique comme telle portée par Jean, le chef de mission
- 2- La vie du bateau portée par le capitaine
- 3- La vie à bord portée par la cuisinière cubaine.

Les sujets sont pertinents et les histoires rassembleuses. Il y a diversité culturelle parce que l'équipe internationale est composée de chercheurs de divers pays. Notons qu'une des étudiantes a fait de la biologie marine, ce qui explique leur grande connaissance du sujet.

- L'équipe a remporté le 2^e prix : la bourse Claude-Robinson d'une valeur de 300 \$.

5 L'équipe de l'UQAM – télévision (sous la direction de Joanne Arseneau et Sylvie Lussier)

- Titre : *Relocaliser*
- Une famille est placée dans un programme de protection parce que l'ado de la famille a été témoin d'un meurtre.
- Synopsis : Relocalisés à Neverminds, les membres de la famille tentent de se reconstruire une vie. Ils vont bientôt découvrir que le village est sous le contrôle d'une compagnie pharmaceutique illicite et que tous les habitants sont en fait les cobayes de la compagnie. Comédie noire et satirique posée dans un univers loufoque, *Relocaliser* tient à la fois de *The Dome*, *The X-Files* et de *Truman show*.
- Pitch très réussi de la part des deux gars de l'équipe qui remportent le 1^{er} prix : la bourse SARTEC-UQAM d'une valeur de 1 000 \$.

Bravo à tous les participants!

A-T-ON LES MOYENS DE PRENDRE DES RISQUES AU QUÉBEC ? NOS MODES DE FINANCEMENT FAVORISENT-ILS LA PRISE DE RISQUE?

TABLE RONDE

- André Béraud, directeur des émissions dramatiques, SRC
- Nathalie Clermont, directrice de la gestion des programmes, Fonds des médias du Canada (FMC)
- Jocelyn Deschênes, producteur, Sphère média
- Christer Nilson, producteur, Gotha Films (Suède)

Nathalie Clermont débute cette table ronde en faisant le point sur le Fonds des médias du Canada où la moitié des projets déposés provient du milieu francophone. 2/3 des budgets vont aux productions anglophones canadiennes. Le Fonds soutient de 30 à 40 productions par année et 45 millions de dollars sont dépensés pour le Québec seulement. Le FMC participe à 25 % de la structure financière. Le reste de la structure étant divisé entre 45 % de la part du diffuseur et 17 % des crédits d'impôt. Les producteurs et les fonds privés fournissent le reste.

UN MANQUE D'ARGENT

Jocelyn Deschênes reconnaît que la télé d'ici est dans un contexte très difficile en ce moment avec les plateformes multiples et la globalisation. Le risque est un élément moteur de la création et il se prend encore des risques au Québec, mais il risque de s'en prendre beaucoup moins à cause, entre autres, de l'obligation de résultats immédiats et des ressources limitées qui stagnent... On a étranglé la SRC et il faut faire de plus en plus de séries parce que la demande est forte. Le problème que cette demande accrue entraîne c'est l'obligation de tabler sur des valeurs sûres : des histoires standards, des vedettes, des auteurs connus et des formats éprouvés. Mais l'audace fait notre différence au Québec et rend nos succès exportables. Il faut donc faire des trucs originaux et uniques. M. Deschênes précise que nous avons été longtemps captifs de notre culture, de notre langue, mais que maintenant l'accès aux télé d'ailleurs est devenu plus facile et que la langue n'est plus une barrière. Il est convaincu qu'il faut aller vendre la valeur économique de nos productions aux gouvernements : il réclame à ce propos un fonds spécial pour les diffuseurs qui prennent davantage de risques.

Pour Christer Nilson la solution en Suède passe par le *risk management* : il leur faut choisir les bons projets et en développer suffisamment pour que certains voient le jour. En Suède, amasser le financement prend beaucoup de temps. La recherche de fonds débute localement puis va en s'élargissant : recherche des fonds locaux, ensuite, les fonds régionaux, puis la demande est faite au Sweden Film Institut. Ensuite, ils s'adressent à la télé publique, la Swedish Television puis aux diffuseurs privés. Pour finir, ils vont encore plus loin, au Netherlands Funds qui concerne les pays scandinaves et enfin à la Creative Europe. M. Nilson déplore que le financement demande autant de temps et d'efforts en Suède, où il se tourne environ deux longues séries de 10 heures et trois à quatre miniséries de 4 ou 5 heures par année.

Pour André Béraud, poser la question « A-t-on les moyens de prendre des risques au Québec? », c'est y répondre. Et la réponse



La photo du haut : André Béraud (SRC), Christer Nilson (Gotha Films) et Pierre Barrette (UQAM). La photo du bas : Margot Ricard (UQAM), Jocelyn Deschênes (Sphère média) et Nathalie Clermont (FMC).

est non. À Radio-Canada, il y a toujours les mêmes cases fiction dans la grille sauf qu'auparavant, la SRC faisait beaucoup de téléromans étalés sur plusieurs années et deux séries. Maintenant, avec la compétition et ce que les créateurs amènent comme projets, ils font davantage de séries que de téléromans. Un autre de leurs défis est la cote d'écoute et ça, ça fait mal à la télévision publique. Dans la répartition des sommes allouées, le classement compte maintenant pour 55 % des points : 55 % des points alloués à la cote d'écoute cautionnent leurs budgets. Ce qui explique qu'ils vont aussi vers des auteurs et des produits reconnus et qu'ils prennent de moins en moins de risques. Plusieurs grandes séries qui ont fait école ont été créées par de nouveaux auteurs : *La vie, la vie, Omerta, Lance et compte*. M. Béraud conclut que maintenant, à la SRC ils en sont à gruger l'os, à gruger la moelle.

LES SOLUTIONS?

La solution miracle de la coproduction comporte des risques. Christer Nilson croit pour sa part que plus il y a de coproductions, que plus il y a de l'argent de coproduction, plus on perd en originalité. Les séries deviennent plus conventionnelles quand on fait affaire avec les grosses compagnies de production. Jocelyn Deschênes ajoute qu'ici, le problème est encore plus grand puisqu'on ne parle même plus de grandes séries et qu'on n'arrive plus à financer les expérimentations. Le public est de plus en plus difficile et exigeant. Il en demande beaucoup alors que les producteurs en sont rendus à se demander comment produire des séries innovatrices. André Béraud rappelle que la pub télé se vendant moins, il y a moins de ressources. Il ne croit pas à la valeur monétaire du streaming et donne en exemple Lady Gaga : pour une seule de ses chansons, elle a eu 2 millions de clics et a reçu 20 000 \$! Pour M. Béraud, le *streaming* est une spirale vers le bas. ►

Le risque en série

JEUDI AVANT-MIDI

Suite de la page 25

Il n'y a pas de participation financière de ces compagnies sur le Web aux paliers créateurs. Les gens ne veulent pas payer pour le contenu qui est sur les plateformes numériques. Quant à l'international, c'est difficile de vendre les productions en France avec notre accent. La France avec son budget d'achat de séries achète les grandes séries américaines que les gens veulent voir. Ensuite, ils doivent acheter du contenu de l'Europe et après, ils peuvent acheter autre chose.

Mme Nathalie Clermont ne peut répondre à la question sur le pourcentage de 55 % de points pour les cotes d'écoute, à savoir s'il est appelé à changer. Chose certaine, les prochaines consultations du CRTC vont entraîner de profonds changements.

L'ARGENT

Jocelyn Deschênes revient à la charge avec son idée d'un fonds dédié. Il n'en démord pas : il faut que le gouvernement s'investisse davantage et crée un fonds spécial dédié aux dramatiques. En ce moment, ce sont les chaînes câblées (les câblos) qui paient la note tandis que les Netflix ne payent absolument rien. M. Deschênes réclame des argents supplémentaires pour la fiction, sinon, la fuite des talents va se poursuivre. Les Denis Villeneuve, Jean-Marc Vallée, etc., vont travailler à l'étranger avec des gros budgets. On développe nos talents ici et on les voit partir ailleurs parce qu'ils ont accès à plus d'argent. Et ça arrive aussi avec les auteurs d'ici, passé la barrière de langues.

André Béraud surenchérit qu'il n'y a pas que Netflix qui ne contribue pas à la caisse, il y a aussi les branchements Internet. Et tous les marchés du monde ont les mêmes problèmes. Même aux États-Unis ou en France, la télé a des problèmes financiers. La fiction est de plus en plus recherchée, les réseaux et plateformes numériques sont de plus en plus nombreux. Selon lui, il faut revendiquer le fait qu'on a une télé forte et dynamique et que c'est un grand apport au niveau social et économique. Il y a de nombreuses retombées. « On ne demande pas l'aumône! », conclut-il avec vigueur.

Jocelyn Deschênes boucle cette discussion en rappelant que l'international exige des produits originaux et de grandes qualités et qu'il faut prendre nos séries et les refaire ailleurs. La preuve : 19-2 a gagné le prix de la meilleure série au Canada anglais.

L'IMPORTANCE DE L'EXPORTATION DES FORMATS ET DES TALENTS : LE RISQUE DE LA COPRODUCTION

TABLE RONDE

- Joanne Forgues, productrice, Casablanca (Québec)
- Anders Toft Andersen, producteur, *Follow the Money*, Danemark

- Christer Nilson, producteur, Gotha Films (Suède)
- Alexandre Piel, directeur adjoint de l'Unité Fiction, ARTE (France)
- André Provencher, vice-président, création et développement international, Contenu QMI

Pour que nos contenus télévisuels soient exportables, Joanne Forgues croit qu'il faut faire des séries qui se démarquent, qui ne sont pas des copies d'autres choses. Une pâle copie d'une série déjà faite n'a aucune chance de se vendre à l'international. Et les Scandinaves nous le prouvent bien.

André Provencher surenchérit que si nos séries ne se vendent pas à l'international ce n'est pas faute de bons contenus, c'est plutôt qu'ici, on a tendance à s'occuper de l'international en aval et non en amont alors que les Danois font le contraire. Selon lui, il faut aussi regarder ce qu'on fait de moins bien : les télé publiques comme la DR et la BBC sont financées à 100 % par les gouvernements et ne recourent pas à la publicité. Ici, la télé publique s'inspire grandement de ce qui se fait en Angleterre, mais il faut considérer qu'il y a eu de grands changements de consolidation là-bas. Ils sont passés de 750 producteurs à 250, par exemple. Il y a eu consolidation partout dans l'industrie.

M. Provencher ajoute qu'au Québec, notre façon de faire de la télé est encore artisanale. Le MIP commence bientôt et chacun va partir avec productions plutôt que de faire comme la Scandinavie où il y a un effort collectif. Nordic World, entre autres, travaille pour tous les pays scandinaves comme distributeur central. M. Provencher ne tarit pas d'éloges envers Jocelyn Deschênes qui a établi des bureaux à Toronto et à Los Angeles. Dans la même foulée, il souhaiterait que les relations entre les producteurs et les diffuseurs soient plus harmonieuses. Selon lui, si les gens ne travaillent pas tous ensemble, l'industrie va se retrouver dans un cul-de-sac. On ne peut plus se payer le luxe de ne pas planifier et prévoir les choses. Il précise que la question de la langue n'est pas le frein principal pour l'exportation et que Québecor a établi trois bases essentielles sur lesquelles bâtir leur stratégie :

- 1- Avoir de bonnes idées
- 2- Avoir une preuve de performance
- 3- Avoir une force de mise en marché et de vente plus performante que celle qu'ils ont déjà.

Christer Nilson est convaincu que vendre à l'international tient d'un mélange de coïncidence, de chance et de travail. Le succès des auteurs de polars scandinaves a créé les succès des séries scandinaves. Ils ont écrit des grandes histoires sociales avec des préoccupations politiques et éthiques. La plupart des auteurs ont suivi les histoires de *Wallander* et c'est devenu la base des succès télé qui ont suivi. Des conglomérats allemands se sont intéressés aux préventes des séries scandinaves, ce qui a amené du préfinancement et fait voler le cerf-volant.

Pour Anders Toft Andersen, le leitmotiv de la DR : « Let's focus on what we can do. »¹ est un enjeu majeur. Tous les argents disponibles ont été ramenés dans un seul grand panier qui sert à prendre des risques. Au Danemark, il y a 5,5 millions d'habitants, c'est un petit pays où l'on parle danois, normalement, personne n'aurait dû les prendre au sérieux. Mais ils se sont appuyés sur la

¹ Concentrons-nous sur ce que nous sommes capables de faire.



André Provencher, Anders Toft Andersen, Joanne Forgues, Alexandre Piel et Christer Nilson

culture danoise et cette culture a été la base de leur mouvement. Et les séries ont fonctionné dans les autres pays. M. Andersen croit qu'il faut prendre des portraits de sa propre société et toujours revenir à ces mots essentiels : fascination et identification. Le succès à l'international commence en se regardant soi-même, bien égoïstement.

Selon Alexandre Piel, il y a présentement un réveil de la fiction française malgré le fait qu'ils aient pris du retard. Il reconnaît que la diffusion des séries américaines en prime time a changé leur façon de travailler : dorénavant, ils font des séries feuilletonnantes avec des épisodes de 50 minutes plus tôt que des épisodes bouclés de 90 minutes comme avant. Pour ce qui est de la distribution des séries, elle doit se faire main dans la main avec le diffuseur et le producteur. Olivier Wotling ajoute que la série d'Arte, *Ainsi soient-ils*, a été vendu à plus de vingt-cinq pays, ce qui montre bien ce qu'Arte est capable d'accomplir. Arte a envie de travailler avec d'autres pays. M. Wotling est fier d'annoncer qu'ils ont d'ailleurs deux coproductions en cours en ce moment, dont une avec la DR. Ils ont dans le passé acheté leurs grandes séries *Borgen*, *The Killing*, et maintenant ils font une coproduction avec eux. « On apprend des autres. », conclut-il.

Christer Nilson ajoute que les grands conglomerats comme Warner Brothers, Zodiac, etc, ont acheté des parts de marché des industries suédoises. Il déplore que leurs auteurs et leurs réalisateurs quittent pour Hollywood. Il ajoute que la Suède a besoin d'une équipe nationale de créateurs comme elle a besoin d'une équipe nationale de hockey.

André Provencher reconnaît que oui, les conglomerats mondiaux sont aussi présents en Scandinavie, mais selon lui, ils ne réussiront pas à banaliser le talent scandinave. Il croit beaucoup à la stratégie danoise qui est de créer localement pour agir globalement. La télé, c'est un rapport émotif entre le public et les équipes de création. Et le succès de Netflix s'explique en partie parce qu'ils ont mis à l'antenne des sujets qui ont touché des cordes sensibles chez les spectateurs, comme *Narcos*. M. Provencher rappelle que si *Borgen* est un succès au Danemark, il peut l'être ailleurs aussi. Les Français ont réussi à vendre *Les revenants* en Angleterre dans sa version originale sous-titrée. Il faut satisfaire son premier marché (local) d'abord. *Un gars, une fille* est le format le plus vendu dans le monde. *Les Parents* sont dans le top 10.

La leçon que retient Joanne Forgues de ces trois jours de colloque est que plus une série nous ressemble, plus on a de chances de sortir du Québec. Nous sommes des Américains qui parlons français et non des Français qui vivent en Amérique. Alexandre Piel l'approuve et ajoute que plus le contenu est local, plus c'est

universel sur le marché international. Il ne faut pas affadir le propos ou rendre les séries globales; ce serait une erreur totale.

Christer Nilson oriente la conversation sur la coproduction. En Suède, pour avoir accès aux fonds scandinaves ou européens, il faut collaborer avec les autres pays, il faut coproduire. Les séries télé suédoises sont devenues très fortes, mais leur industrie du cinéma est en chute libre. C'est devenu impossible selon lui de dénicher un bon auteur pour écrire un film puisqu'ils sont tous sur l'épisode 2 ou 3 de telle ou telle série!

Anders Toft Andresen n'a pas les mêmes contraintes puisqu'il passe 90 % de son temps à produire le *show Follow the Money* et 10 % à chercher le financement, et ce, parce qu'il travaille à la DR. La DR s'est développée comme elle l'a fait à cause d'un homme, le frère de Camilla Hammerich, qui venait du cinéma et qui est devenu chef des dramatiques. Il a renvoyé les permanents et a engagé des pigistes provenant du cinéma. Il a tout bousculé. Après son passage à la DR, le paysage télévisuel a complètement changé. Et c'est venu des gens du cinéma danois.

L'ART DE PRENDRE DES RISQUES

CLASSE DE MAÎTRE AVEC RICHARD BLAIMERT

Richard Blaimert s'entretient avec Margot Ricard.

Note : Comme l'info-SARTEC a déjà couvert l'écriture de *Nouvelle adresse* lors d'un précédent numéro², j'ajouterai simplement ici quelques informations qui m'ont semblé pertinentes.

Dans la période de six mois entre *Penthouse* et *Nouvelle adresse*, Richard Blaimert a pris des vacances. Il a visionné à nouveau *Six Feet Under* pour comprendre ce qui lui avait tant plus dans cette série. Il a découvert que c'était la famille et qu'il avait le goût lui aussi d'une famille. Il voulait également parler de la mort, c'était son challenge, mais en même temps, captiver le public, d'où les contrepoints qu'on retrouve dans sa série comme la relation entre Nathalie et sa sœur. Richard visait une série rassembleuse et ne voulait pas heurter le public. Sophie Lorrain, la réalisatrice, a un bon sens du public et l'a souvent bien conseillé : « Je suis très frontal, j'envoie les choses directement, j'ai dû apprendre à être plus *soft*. »

² Info-Sartec, 1^{er} avril 2015

Le risque en série

JEUDI AVANT-MIDI

Suite de la page 27

À partir du décès de Nathalie à la fin de la saison II, la série s'est mise à porter sur le deuil. La mort de Nathalie a déconcerté le public.

Richard Blaimert : Quand tu écris, tu ne sais pas qui va jouer. Je n'avais pas prévu Macha et sa magistrale interprétation. C'était difficile de faire la suite sans elle, mais il le fallait. Mais je savais que je ne retrouverais jamais l'intensité de la mort de Nathalie. Il y a eu un fort contrecoup : on a perdu environ 200 000 téléspectateurs.

Il a trouvé particulièrement difficile de se faire dire et répéter : « Nathalie n'est plus là, ce n'est plus pareil... » Difficile de l'entendre, mais encore plus difficile de le lire. Richard dit avoir donné le meilleur de lui-même dans cette série et aura réussi l'exploit de traiter du deuil. La 2^e saison, il a voulu rendre hommage aux femmes qu'il a rencontrées pour écrire la série et dont le sentiment le plus fort était de ne pas vouloir abandonner leurs enfants.

La nouveauté pour Richard a été de réaliser la saison III. Pourquoi?

R.B. : À chaque texte, chaque scénario, tu recommences à zéro, même après 26 ans. J'ai été bien servi par les réalisateurs, mais à chaque texte, j'abandonnais quelque chose. Tout le temps. Le réalisateur a besoin de sa bulle de création aussi. J'avais envie de faire la totale, de me dépasser, de sortir de mon bureau et de me mettre en danger.



Margot Ricard, animatrice et coorganisatrice du colloque et l'auteur de *Nouvelle adresse* et réalisateur (saison III), Richard Blaimert

Le colloque s'est terminé avec le visionnement du premier épisode de la série danoise inédite au Canada, *Follow the Money*, de l'auteur Jeppe Gjervig Gram, produite par Anders Toft Andersen, tous deux présents à ce colloque.

Espérons que l'UQAM et la SARTEC puissent répéter l'expérience à nouveau dans deux ans et nous donner la possibilité de rencontrer des créateurs d'ici et d'ailleurs pour discuter télévision avec eux.

Quant à moi, c'est décidé, j'apprends le danois! 

LES RENCONTRES INTERNATIONALES DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Le risque en séries

Colloque sur la télévision - 15, 16, 17 mars 2016

COMITÉ ORGANISATEUR

■ École des médias de l'UQAM

- Margot Ricard, professeure
- Pierre Barrette, professeur

■ SARTEC (Société des auteurs de radio, télévision et cinéma)

- Joanne Arseneau, scénariste et membre du conseil d'administration
- Manon Gagnon, responsable des communications et logistique du colloque
- Sylvie Lussier, scénariste
- Martine Pagé, scénariste et membre du conseil d'administration

■ Équipe de production

- Jeremi De Pue, assistant-coordonnateur du colloque
- Ève Massé, responsable des bénévoles
- Émilie Monteiro, designer graphique

MERCI À NOS PARTENAIRES !

Ce colloque sur la télévision ne pourrait se tenir sans la contribution financière de partenaires. L'UQAM et la SARTEC tiennent à remercier The International Affiliation of Writers Guilds (IAWG), la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le Fonds des médias du Canada (FMC), Patrimoine canadien, le Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal, La Caisse de la Culture, Séries+, L'inis, l'Ambassade du Danemark, BDO Canada, le ministère des Relations internationales et de la Francophonie du Québec, le Centre international de liaison des écoles de cinéma et de télévision (CILECT), le Centre inter-universitaire sur la littérature et la culture québécoises (CRILCQ), le Festival immersif de Kultur et d'Art scandinave - FIKA(S), la Bête à pain, Bily Kun, Emporium Safran ainsi que la Faculté de communication et l'École des médias de l'UQAM.

FORMATION À VENIR !

Scénariser pour la webtélé

Depuis une dizaine d'années, on voit une transition progressive des parts de marché vers les nouveaux médias. Une conséquence de ce phénomène sera l'augmentation constante des budgets alloués aux nouveaux médias par les producteurs et les diffuseurs, qui engendrent une demande croissante pour des scénaristes pouvant produire des contenus spécifiquement conçus pour la plate-forme Web.

L'atelier a d'abord pour but de différencier l'écriture de contenu web original et linéaire, et l'écriture de contenu Web « produit dérivé » d'une série télé classique, conçue pour la plate-forme télévision traditionnelle, et qui doit obligatoirement tenir compte de l'écriture en amont des auteurs de la série télé.

L'atelier de formation continue sur les fondements de la scénarisation Web a pour but de donner des outils aux scénaristes, œuvrant déjà pour les médias traditionnels, qu'ils veuillent faire le saut vers la scénarisation d'un projet indépendant, à vocation uniquement Web, ou de la scénarisation « dérivée » d'une série télé existante.

Objectifs pédagogiques et résultats visés :

- développer une forme d'écriture semblable à l'écriture de sketches et/ou tout autre forme narrative pouvant convenir à la plate-forme Web;
- définir les éléments constitutifs d'un scénario de série/projet/ Web en fiction;
- déterminer quelques-unes des multiples avenues possibles pour la diffusion du projet;
- différencier une production de fiction conçue spécifiquement pour le Web et une écriture « au service » d'un produit télévision;
- comprendre les mécanismes qui permettent de se mettre créativement au service d'une série originellement conçue pour la plate-forme télé.
- comprendre le processus d'écriture d'un épisode « pilote »;
- créer un scénario;
- utiliser les informations de bases transmises des avenues possibles pour la diffusion de son œuvre;
- reconnaître ce que le métier de scénariste peut apporter au volet Web d'une série télévision « traditionnelle »;
- expérimenté la gymnastique créative (*brain storming*) de ce qui peut être fait dans le volet Web d'une série télévision « traditionnelle ».

Geneviève Lefebvre, Membre fondateur de L'Inis, elle utilise notamment ses multiples talents de scénariste et réalisatrice pour le cinéma, la télévision et le Web. Elle est aussi romancière et traductrice-adaptatrice pour le théâtre.

Dates : Les samedi et dimanche, 11-12 juin 2016 (14 heures)

Participants : 12 | **Lieu :** L'Inis | **Coût :** 60 \$ (une valeur de 335 \$)

Inscription : en priorité par courriel à l'adresse suivante :

jarostan@videotron.ca ou par téléphone au 514 750-6967 ou au 438-395-5323. Veuillez spécifier votre numéro de membre, votre numéro de téléphone et votre adresse courriel.

APPEL À PROJETS

SÉLECTION ANNUELLE JEUNES AUTEURS

La scénaristerie lance un nouvel appel à projets pour sa sélection annuelle : une année de développement gratuite qui aura lieu de Octobre 2016 à Juin 2017 (sous forme de trois semaines intensives réparties sur l'année, ainsi que des rendus intermédiaires.)

Qui peut se présenter ?

- Les scénaristes détenteurs d'un projet de long métrage qu'ils ne souhaitent pas réaliser. (Les films d'animation sont les bienvenus).
- Les scénaristes n'ayant pas de films déjà portés à l'écran
- Les projets qui n'ont pas de producteurs.

Pour participer à cet appel à projets, il vous faut envoyer UNE CARTE POSTALE avec le pitch / résumé de votre projet à l'adresse suivante : La Scénaristerie, 134 rue du Temple, 75003 Paris.

Vous avez jusqu'au 20 MAI 2016 pour nous envoyer votre carte.

Pour les auteurs sélectionnés, la deuxième étape consistera à envoyer un synopsis de deux pages et une note d'intention.

Plus d'informations sur le lien suivant :

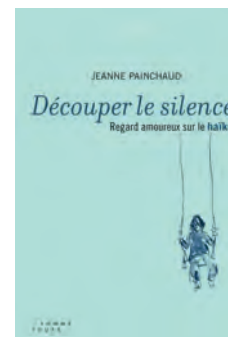
<http://www.scenaristerie.com/appele-a-projets/>

Jeanne Painchaud

Avant d'être scénariste, Jeanne Painchaud se définit d'abord comme poète de « haïkus ». Le haïku? On dit qu'il est le plus petit poème du monde. Il tente de capter la poésie d'un instant. Jeanne l'approfondit depuis plus de 20 ans, après un véritable coup de foudre lorsqu'elle l'a découvert. Elle vient de publier un 5^e recueil, *Découper le silence, Regard amoureux sur le haïku* (éd. Somme toute). Ce recueil est doublé d'une sorte de manuel très personnel sur l'art d'apprécier et d'écrire ces petits poèmes.

Elle y raconte notamment son expérience comme animatrice d'ateliers d'initiation au haïku, qui a donné l'album *Hochelaga mon quartier*, des poèmes écrits par des écoliers montréalais et illustrés par Rogé (Éditions de la Bagnole, 2015). Elle fait aussi mention des ateliers qu'elle a offerts à des camelots de *L'itinéraire*, dont les haïkus ont ensuite été présentés sur le parvis de la Grande Bibliothèque à l'été 2015, sur une œuvre d'art public inspirée de l'artiste coréenne Jiyeon Song : *Poème d'un jour*. Une deuxième série d'ateliers avec les camelots vient de se terminer, et les plus beaux haïkus seront déployés sur la même œuvre, réinstallée sur le parvis dès le 25 mai prochain. Cette œuvre d'art permet aussi d'apprécier un haïku de Jeanne, inscrit à l'aide de petites perforations. Au gré de la course du soleil, on pourra y voir la projection successive au sol des trois vers du poème suivant :

le ciel si pâle ce matin
douter même
de l'existence des étoiles.



À VOTRE AGENDA!

le party des 1000

cinéma, télévision et médias numériques

mille raisons
de rassembler
les gens
de l'industrie

16 juin 2016 à 18 h

Société des arts technologiques, Montréal

Un événement de l'Académie canadienne
du cinéma et de la télévision



acct.ca #partydes1000

Info : partydes1000@acct.ca - 514 849-7448

APPEL DE FILMS

■ FESTIVAL DU NOUVEAU CINÉMA

Le Festival du nouveau cinéma est à la recherche de films (courts et longs métrages), d'œuvres interactives et de performances pour sa 45^e édition qui aura lieu cette année du 5 au 16 octobre 2016 à Montréal. Vous avez jusqu'au 15 juin 2016 pour inscrire vos œuvres.



■ RENCONTRES INTERNATIONALES DU DOCUMENTAIRE DE MONTRÉAL (RIDM)

Vous avez jusqu'au 31 mai 2016 pour soumettre vos courts, moyens et longs métrages documentaires pour la prochaine édition des RIDM qui aura lieu du 10 au 20 novembre 2016. Le festival recherche également des œuvres interactives : webdocumentaires, installations, applications mobiles et tablettes, et œuvres de réalité virtuelle ou augmentée.



Conversation sur le visible
OFFRE SPÉCIALE DE PRÉVENTE

Les Éditions de l'Hexagone, Nanouk Films et Gilles Noël ont le plaisir de vous informer de la parution prochaine du livre *Conversation sur le visible*.

Nous vous offrons le livre en **PRÉVENTE** au coût de 40\$ (taxe incluse).

En achetant le livre avant sa sortie en librairie, vous contribuez à financer une impression de qualité, digne du grand créateur d'images que fut Michel Brault.

Nous vous convions à venir chercher votre exemplaire lors du **LANCEMENT** qui aura lieu le 20 avril prochain à partir de 17 heures à La Boîte Noire, 376, avenue du Mont-Royal Est, Montréal.

Si vous ne pouvez être présent au lancement, votre livre sera disponible à La Boîte Noire, à partir du 13 avril 2016.

Pour réserver votre livre
Commande téléphonique: (514) 287-1249
Commande en ligne: www.boitenoire.com

LA VISION DU GÉNIE DISCRET DU CINÉMA QUÉBÉCOIS (250 PHOTOS)

l'Hexagone
Une société de Outback Media

ÉCOLE
NATIONALE
DE L'HUMOUR

SCÉNARISATION D'UNE SÉRIE TÉLÉVISÉE DE FICTION EN COMÉDIE

Début de session : 10 septembre 2016
Date limite d'inscription : 27 mai 2016
Infos : enh.qc.ca/programmes/scenarisation

L'ÉNH récidive avec une 2^e édition de son programme de perfectionnement à temps partiel en scénarisation de comédie (sitcom et comédie dramatique). Il s'adresse à des auteurs praticiens possédant une expérience pertinente en écriture, issus notamment du milieu de l'humour et du milieu télévisuel. Trois approches pédagogiques y sont privilégiées : atelier en classe, classes de maître et mentorat professionnel. Maisons de



production partenaires : Attraction Images, Avanti Ciné Vidéo, Encore télévision, Juste pour rire TV, KOtv, Sphère média, Zone 3.

Onze candidats hautement talentueux ont été sélectionnés parmi plus de 70 candidats pour former la toute première cohorte. Une réponse inespérée pour une 1^{ère} édition et bien encourageante pour la suite!

EST-CE POSSIBLE ?

Épargner tout en profitant de la vie

C'est la question qu'on se pose tous. Combien de fois avons-nous entendu dire que la vie est trop courte, qu'on ne sait pas de quoi demain sera fait ?

La volonté d'épargner y est, mais ce n'est pas toujours facile d'en faire une priorité dans la vraie vie. Chaque étape de la vie entraîne son lot de responsabilités financières et attendre « quand ce sera plus facile » n'est évidemment pas une option : il sera trop tard.

LIBRE D'ÉPARGNER... ÉPARGNER POUR ÊTRE LIBRE

En fait, tout est une question de perception, de volonté et d'organisation. Alors, comment s'y mettre ? Voici quatre moyens de se faciliter la vie et d'intégrer l'épargne dans ses habitudes sans mettre ses projets de côté.

1 COMPRENDRE LE RÔLE DU BUDGET

Avoir l'œil sur ses dépenses rime souvent avec compromis. Peut-être aurez-vous un petit ménage à faire ! Quelles sont vos dépenses superflues ? Lesquelles sont vraiment nécessaires ?

L'objectif : voir et comprendre où va son argent.

S'aider d'un outil budgétaire pour avoir une idée claire et imagée de sa situation s'avère fort utile dans la gestion de ses dépenses.

2 TRAVAILLER PAR OBJECTIF

Dans un monde idéal, tous nos désirs seraient accessibles et réalisables. Mais dans la réalité, il faut se fixer des priorités et travailler en fonction de ceux-ci. Rembourser l'hypothèque, épargner pour sa retraite, prévoir l'éducation de ses enfants, planifier le voyage tant rêvé, etc.

Comment faire tout ça ? À l'aide d'une stratégie ! Mais attention... Impossible de tout régler en même temps. Cela ne vous mènera pas à votre but, bien au contraire. C'est pourquoi,

il est essentiel de prioriser vos objectifs selon votre situation financière. Pour certains, l'éducation des enfants sera plus pressante que la planification de la retraite, alors que d'autres avantages à diminuer leur endettement ou faire un petit sprint d'épargne dans leur RÉER...

Peu importe le but à atteindre, la première étape est de prioriser ses objectifs. Cela aide à concentrer les efforts aux bons endroits et facilite la mise en place d'une stratégie adéquate pour atteindre ses objectifs le plus efficacement possible, et ce, dans l'ordre souhaité.

3 AUTOMATISER L'ÉPARGNE

Tout comme les remboursements de prêts, si l'épargne devient un automatisme, vous ne risquez plus de l'oublier et d'avoir la tentation d'utiliser cet argent à d'autres fins. La meilleure façon de respecter son engagement d'épargne sans douleur est sans aucun doute le prélèvement automatique.

4 RENCONTRER SON « ENTRAÎNEUR » FINANCIER

Certains font appel à un entraîneur en vue de faire une course, de perfectionner leur revers au tennis, de se motiver professionnellement, ou même, d'être heureux ! Pourquoi ne pas avoir aussi un entraîneur pour épargner ?

Le conseiller en gestion de patrimoine est un entraîneur, au même titre que les autres. Il vous aidera à progresser et à atteindre vos objectifs. Les études le démontrent, les gens accompagnés réussissent à épargner deux fois plus que ceux qui ne le sont pas. Avec un peu de motivation et de rigueur, il est toujours plus facile d'atteindre ses objectifs.

Venez rencontrer nos conseillers à la Caisse de la Culture ! 

CAISSE DE LA CULTURE

La solution des travailleurs autonomes
et des entreprises culturelles
215, rue Saint-Jacques Ouest, bureau 200
Montréal (Québec) H2Y 1M6
Tél. : 514-CULTURE (514 285-8873)
www.caissedelaculture.com

Source : DESJARDINS.com

Le présent document vous est fourni à titre indicatif seulement. Vous ne devez pas prendre de décision sur la foi de l'information qu'il contient sans avoir consulté votre planificateur financier de Desjardins ou un autre professionnel. Le planificateur financier de Desjardins agit pour le compte de Desjardins Cabinet de services financiers inc.