

PAR **MANON VALLÉE**

ATELIER SARTEC

Vendre son projet à un producteur



Animation :
Martine Pagé

Invités :
André Dupuy, Amalga Créations Médias
Johanne Larue, Attraction Images
Sophie Parizeau, Productions Casablanca
Josée Vallée, Sphère Média
Lucie Veillet, Téléfiction

Comment fait-on pour vendre son projet à un producteur ? Que faire pour se démarquer, quelles pratiques doit-on adopter pour s'assurer que son projet se rende jusqu'au producteur et qu'il soit lu ? Telles sont les questions auxquelles les invités de la SARTEC tenteront d'apporter une réponse pour notre plus grand bénéfice à tous. Mais d'abord, une brève présentation de chacun d'eux.

André Dupuy est depuis quelques années le président d'Amalga Créations Médias dont le champ d'activité inclut la fiction et le documentaire sous toutes ses déclinaisons. M. Dupuy reconnaît que faire de la dramatique, c'est beaucoup plus long, mais il a l'intention d'en produire une cette année. Il accepte toutes formes de projets de dramatiques qu'elles soient annuelles ou de série, ajoute-t-il un sourire dans l'œil...

Comment accueille-t-il les projets qu'il produit ? Sympathie, intérêt, pertinence et intelligence sont ses mots-clés. Il n'y a pas de grille à l'entrée, mais il va de soi que le projet doit être intéressant à la base.

Johanne Larue a occupé plusieurs postes. Elle a travaillé aux grandes séries chez Cirrus, à Radio-Canada ainsi qu'à la SODEC. Maintenant chez Attraction, elle fait équipe avec Louise Lantagne. Elles pilotent de nombreux projets, en jeunesse chez Vrak, ou pour adultes chez d'autres diffuseurs.

Mme Larue donne d'emblée ce conseil aux scénaristes : si un auteur n'est pas connu, n'a aucune expérience et qu'il envoie son matériel par voie électronique, la compagnie a comme politique de ne pas

Vendre son projet à un producteur

Suite de la page 11

lire, de ne pas accepter le projet. Elle suggère aux jeunes auteurs d'être parrainés par un auteur connu. Pourquoi cette politique existe-t-elle ? Parce que la Terre entière leur soumet des projets !! Elle conseille aussi aux scénaristes d'écouter la télé québécoise s'ils veulent y œuvrer et connaître ce qui est possible de produire ici.

Sophie Parizeau est depuis 12 ans productrice chez Productions Casablanca, une boîte fondée par Johanne Forgues. Une boîte qui nous a donné entre autres *Les invincibles*, *Série noire*, *Les rescapés*, *Le clan*. Les deux filles chez Casablanca ne font que de la fiction dans tous les genres. Elles fonctionnent au coup de cœur. « On lit tout, dit Sophie. On reste petit pour voir grand. » Chez Casablanca, on adore travailler de près avec les auteurs. Ce qu'elles n'aiment pas, c'est recevoir un courriel générique envoyé à toutes les boîtes de production. Elles aiment que les auteurs aient une raison éditoriale de les choisir. Elles travaillent avec des auteurs expérimentés et des auteurs de la relève.

Josée Vallée nous dit que Sphère Médias existe depuis une quinzaine d'années, fait de la fiction toutes catégories et inclut depuis peu les séries Web de fiction. Sphère aime les coups de cœur organisés, développe des relations privilégiées avec leurs auteurs, pour cette raison, travaille souvent avec les mêmes personnes.

Lucie Veillet annonce avec fierté que Téléfiction est la plus vieille maison de production représentée à la table avec ses 27 ans d'existence. Téléfiction fait de tout : télévision, cinéma, documentaire, mais aussi du spectacle et de la distribution de films.

ENTRONS MAINTENANT DANS LE VIF DU SUJET !

Martine Pagé : Mise en situation : Je suis un jeune scénariste, j'aime votre maison de production et j'ai une idée de série de télévision, mais je n'ai pas de contact chez vous. Qu'est-ce que je fais pour vous la présenter ? Qu'est-ce que je mets dedans ?

Lucie Veillet : C'est une bonne question... J'ai envie de vous dire appelez, envoyez-nous un courriel et « *teasez-nous* » avec votre idée.

Ils n'ont pas le temps de lire 25 pages. Ils en reçoivent beaucoup. Elle ajoute : « Si vous connaissez des gens qui nous connaissent, c'est encore mieux. Ça nous permet de créer des liens. » Ils reçoivent des tonnes de projets de scénaristes, mais aussi de gens qui ne sont pas des auteurs.

André Dupuy : Déjà de penser que vous m'avez choisi, que vous avez choisi Amalga, ça vous donne un peu de points quand même !

André Dupuy demande aux auteurs de le relancer, de persévérer et d'être référé par un auteur connu ce qui donne un corridor de lecture. Et les affinités ressenties sont très importantes. Comme

les courriels arrivent de partout, il ne faut pas prendre une absence de réponse de façon personnelle.

Johanne Larue demande aux auteurs de passer par leur agent. Ses plus belles rencontres avec des scénaristes lui sont venues de professeurs de scénarisation, de L'Inis, de l'UQAM ou d'ailleurs. Donc, être parrainé et marrainé donne un filtrage naturel aux rencontres. Mme Larue et Mme Lantagne prennent plaisir à retravailler avec des gens qu'elles aiment et admirent, mais c'est aussi leur devoir et leur passion de rencontrer de nouveaux auteurs. Elles aussi apprécient les textes succincts ou encore de demander un rendez-vous en précisant la nature du projet. Une question importante qu'on risque de vous poser est la suivante : qu'est-ce qui vous a amené à écrire ça ?

Martine Pagé demande combien de temps les producteurs mettent-ils à donner une réponse. À quoi doivent s'attendre les auteurs ?

Sophie Parizeau répond que les auteurs peuvent espérer avoir une réponse 6 à 8 semaines après la réception du projet. Du moins, si elles n'ont pas eu le temps de le lire, elles feront un suivi avec l'auteur. Mme Parizeau accepte les projets reçus par courriel, mais suggère aussi aux scénaristes d'être référés. Un *pitch* d'une page est suffisant pour savoir si le projet est pour Casablanca, pour voir si c'est le genre de projet que les diffuseurs cherchent ou encore pour vérifier si elles ont déjà un projet semblable. Par courriel, un envoi laisse des traces. Selon elle, c'est plus convaincant d'envoyer un scénario plutôt qu'une bible, surtout si vous n'avez jamais rien écrit en télévision.

Josée Vallée : Je veux juste mettre un bémol sur le scénario.

Elle précise qu'en développement, si le projet leur plaît, ils vont commander un scénario. Elle raconte avoir déjà reçu une série de 13 heures par la poste : « Ça, c'est trop! » Mme Vallée n'a bien sûr ni lu les 13 heures en question ni accepté le projet. Un *pitch* court entraîne une réponse plus rapide. Jamais en 20 ans elle n'a pris une option sur un projet reçu par la poste ou par courriel. Elle souhaite plutôt que l'auteur aille la rencontrer avec son projet.

Martine Pagé : Jusqu'à quel point un auteur doit-il connaître sa série? Jusqu'où doit-il aller dans son processus de développement avant de vous rencontrer ?

Josée Vallée : Ça dépend un peu du projet. C'est sûr qu'en télé, on a besoin de savoir si l'auteur a du souffle avec son histoire. Moi, j'ai eu des projets extraordinaires, des idées que j'ai essayé de développer, on s'est ensuite aperçus que c'était une fausse bonne idée, car il n'avait pas le souffle sur plusieurs épisodes.

C'est aussi important pour elle que l'auteur sache quel est le thème de sa série, ce qu'il veut dire, et quand finira la série.

André Dupuy : Moins on connaît l'auteur, plus c'est rassurant de savoir que l'auteur a réfléchi à son histoire.

Pour Johanne Larue, les questions posées par Josée Vallée sont cruciales parce qu'écrire pour la télévision, c'est long et difficile. Il faut que l'auteur ait une voix, qu'on sache ce qu'il a dans les tripes. Plus le projet a été réfléchi, plus c'est facile de construire là-dessus.



La période des questions

D'un autre côté, si l'auteur a trop réfléchi à son projet, qu'il connaît toutes les réponses, le producteur peut sentir que ça ne bougera pas et il risque d'essayer un refus, dit-elle. Les producteurs évaluent les projets et ils aiment sentir que tout dans la série n'est pas placé de façon définitive. Le producteur au contenu est un producteur créatif qui aime avoir une part dans le projet. Elle compare son travail à celui d'une sage-femme et invite les auteurs à se servir des producteurs créatifs qu'ils sont tous, autour de la table.

Pour Josée Vallée, c'est bien de réfléchir également à la destination de son projet, à quel producteur, à quel public il s'adresse. Elle invite les auteurs à être réalistes. Une heure de télé aujourd'hui se tourne à 500 000 \$ ou 600 000 \$. Il faut donc se demander à quel endroit on voit notre projet et ne pas tenter de refaire ce qui est déjà en ondes. Dans le temps de *La vie, la vie*, tout le monde lui envoyait des projets du même type. Oui, on peut encore parler des trentenaires, mais il faut trouver une façon nouvelle de le faire.

La question cruciale de la bible télé est soulevée. On en fait ou pas ?

Josée Vallée : D'abord, on a tous une définition différente d'une bible. Je pense que personne sait c'est quoi une bible.

Tout le monde s'entend sur ce qu'est devenue la bible : la tendance est plutôt à l'arc dramatique, on préfère les mini-bibles ou « biblettes ». Sophie Parizeau apprécie que le projet ait moins de 10 pages. Elle préfère l'appellation « cahier de *pitch* » plutôt que bible. Si elles aiment ce qu'elles lisent, elles commandent alors un scénario d'épisode dialogué. Encore là, ça dépend si vous êtes un auteur qui a écrit beaucoup ou non.

Johanne Larue : Nous on peut s'entendre avec vous sur un document qui entre vos mains n'a fait que 5 pages.

Ensuite avec l'auteur, elle va développer une mini-bible de 10 à 15 pages qui sera présentée au diffuseur. Elle recommande aussi de mettre quelques exemples de scènes dialoguées dans le document en question. C'est apprécié par le télédiffuseur quand l'auteur n'est pas connu. Donc, un document de 10 à 12 pages qui explique ce que l'auteur veut dire, ce que raconte la première année si c'est feuilletonnant, qui contient la description des personnages, etc.

André Dupuy précise que ça dépend de l'élan de l'écriture dans le document de *pitch*, ça peut aller de 8 à 20 pages. Il n'a pas de critères fixes. S'il reçoit un projet de 20 pages, il va remanier le texte pour arriver à 10 pages pour l'alléger. 10 à 12 pages, c'est suffisant.

Les producteurs s'entendent tous pour dire que les diffuseurs demandent de moins en moins de bibles en développement. André Dupuy ajoute que c'est souvent un document qui reste au service de l'auteur. Josée Vallée précise qu'ils n'arrivent plus à faire financer des bibles. Le diffuseur préfère avoir trois textes et que la bible reste aux frais du producteur. Par contre, l'arc dramatique demeure des plus importants.

Lucie Veillet mentionne qu'en jeunesse, le concept de bible est moins utilisé. Les objectifs de série sont davantage importants. Les documents de référence sont alors essentiels pour que tous les auteurs et scripts-éditeurs soient sur la même longueur d'onde.

Donc, chers camarades scénaristes, sachez-le : la bible, c'est « out ». Plus de signe astrologique du personnage ni d'histoire détaillée de ses ancêtres !

Martine Pagé demande quelles sont les chances pour un auteur pas connu d'obtenir un rendez-vous. Mais encore, si le producteur décide de miser sur un auteur inconnu, comment ça se passe auprès des diffuseurs dans le contexte actuel de diffusion ?

Josée Vallée : Un auteur inconnu avec un producteur connu a plus de chances, car le diffuseur va généralement essayer de voir où est sa zone de confort.

Elle conclut en disant que si le producteur, l'auteur et le script-éditeur sont à leurs premières armes, dans le contexte actuel c'est très très difficile d'obtenir même un rendez-vous chez un diffuseur généraliste.

Lucie Veillet : Ce qu'on essaie de faire chez nous, c'est un joyeux mélange entre des réalisateurs, des auteurs, des scripts-éditeurs qui ont de l'expérience et des réalisateurs, des auteurs qui ont moins d'expérience.

Elle précise que l'auteur peu expérimenté doit s'attendre à être très très accompagné par un auteur d'expérience à la demande du diffuseur, par exemple. Il faut donc rester ouverts...

André Dupuy : Dans le même sens, j'ajouterais qu'entre auteurs, de se parrainer est très utile.

Vendre son projet à un producteur

Suite de la page 13

Martine Pagé : Est-ce plus rassurant pour vous si les auteurs arrivent en groupe ?

André Dupuy : C'est une question d'équilibre encore entre non-expérience et expérience.

Johanne Larue ajoute que pour le téléroman, la série à volume, c'est plus facile si les auteurs sont deux. Le concept de *writers' room* n'existe pas vraiment au Québec, mais elle encourage les auteurs à travailler ensemble.

Josée Vallée donne ce conseil primordial aux jeunes auteurs : « SVP, faites relire vos textes. Beaucoup de fautes de français dérangeant et c'est difficile d'aller plus loin que le premier paragraphe. Faites relire vos textes. »

QUESTIONS ET RÉPONSES

Clémence Bourget : Êtes-vous intéressés par des jeux télévisés ou des émissions de variétés ?

Attraction et Téléfiction en font. Une bonne idée est toujours une bonne idée, peu importe la forme.

Marc Robitaille : Pourquoi ici on ne voit pas plus le concept du *writers' room* en *prime time* ?

Johanne Larue pense que c'est partiellement une raison économique : on ne peut pas vivre avec 2 textes sur 13 dans une série. Il faut aussi qu'un auteur soit capable de contaminer d'autres auteurs pour travailler en *writers' room*.

Mme Vallée dit qu'ici nous avons la culture de l'auteur unique et qu'on développe longtemps. Mais en anglais (*Nouvelle Adresse*, 19-2), tout se tourne plus vite et l'auteur principal devient très sollicité. Des gens payés à la semaine sont engagés pour aider l'auteur, des *script editors* ou *script doctors*. Les décisions se prennent plus vite dans le milieu anglophone et la production démarre rapidement. Les délais de production sont très serrés, ce qui commande une vitesse d'écriture. Et le diffuseur comme CBC ne paie pas beaucoup de développement. De plus, selon elle, quand on ne joint pas des auteurs dès le début au projet, c'est difficile d'en ajouter pendant l'écriture.

Monique Girard : Mme Vallée, dans une boîte comme la vôtre, où il y a plusieurs producteurs, la sensibilité d'un producteur à l'autre est très différente... Si le projet n'a pas été un coup de cœur, votre collègue producteur ne vous en parlera pas.

Josée Vallée répond que dans une même maison de production, les producteurs se parlent entre eux. Ça se fait de façon informelle, mais tout le monde se parle des projets reçus. Ils font des comparatifs. Lucie Veillet confirme que Téléfiction fonctionne de la même façon.

Johanne Larue : On se fait toujours une tête, c'est très important qu'on soit d'accord au départ, on choisit ensemble. Dépendamment des rentrées de projets, on se fait des comparatifs, mais une fois que c'est parti d'ordinaire c'est moi qui suis au front comme script-éditrice.

Clémence Bourget : Je me suis prise à l'envers. Je suis allée voir un diffuseur et ils attendent un pitch pour des jeux télévisés. Est-ce qu'il y a plus d'ouverture à ce moment-là au niveau des producteurs ?

André Dupuy lui suggère ici de repartir du bon bord avec un producteur. Joanne Larue corrobore, expliquant que le diffuseur ne voudra pas se commettre auprès d'un producteur et lui aura donné une réponse générique. Mieux vaut passer par un producteur.

Nicole Bélanger : Si on est un auteur moyennement connu et qu'on travaille avec un réalisateur qui l'est plus, est-ce une bonne idée d'aller vous voir avec un réalisateur connu ?

Sophie Parizeau : Ça dépend. C'est du cas par cas. La question à se poser c'est quand vous vous développez le projet, est-ce qu'amener un réalisateur très tôt dans le projet, va vous aider à écrire la vision ? Est-ce quelqu'un qui va écrire avec vous ? Qu'est-ce que ça vous apporte comme auteur d'avoir un réalisateur très tôt dans le projet. En développement le réalisateur ne vient pas avant un long moment s'il n'écrit pas.

Johanne Larue : Et le télédiffuseur aime faire partie de la conversation, sur qui va tourner la série. Il n'aime pas se faire imposer quelqu'un. En long métrage, c'est différent. En télé, l'auteur est roi. Profitez-en !

Michelle Allen : Johanne vous avez dit : Je suis script-éditrice. Qu'est-ce que c'est en ce moment la place ou la tendance, il y a le script-éditeur, le producteur au contenu, il y a les attentes des diffuseurs, est-ce qu'il y a une interchangeabilité de noms, est-ce une demande des diffuseurs, est-ce que la plupart des scénaristes sont encadrés. C'est une question un peu générale...

Johanne Larue : Je ne pense pas qu'il y ait des règles très précises.

Comme productrice au contenu, explique madame Larue, elle est là du début à la mise en ondes. Elle se porte garante de tous les aspects créatifs. Si elle ne fait que la script-édition sur un projet, elle est seulement dans la bulle de l'auteur. Est-ce qu'on doit dire conseiller à la scénarisation ou script-éditeur ? Ça devient vague, mais pour des projets commandés, le terme de script-éditeur s'applique bien surtout s'il y a plusieurs auteurs. Sur un projet soumis par un auteur d'expérience, la personne a davantage besoin d'un conseiller à la scénarisation ou producteur au contenu.

André Dupuy : Nous à la table ici, on est tous près du contenu, donc ça veut dire quelque chose. Mais si on regarde dans

l'industrie en général, on entend souvent dire que les diffuseurs vont demander quelqu'un à la script-édition pour bien compléter, sentir une plus grande confiance au niveau de l'écriture.

Lucie Veillet conclut que dans le secteur jeunesse avec des séries de 65 épisodes et plus par année, on DOIT avoir une script-édition absolument pour le suivi à faire des 10 ou 12 auteurs.

Joanne Arseneau : Dans l'ancien temps, on développait beaucoup à plusieurs auteurs, surtout pour les émissions pour enfants. Aujourd'hui il y a le Web pour développer son écriture, mais je pense encore aujourd'hui que c'est important des émissions jeunesse, à plusieurs auteurs. Mais comment tu les choisis?

Lucie Veillet, à qui s'adresse la question, répond qu'ils essaient d'avoir des gens d'expérience et des gens de moindre expérience. Un jeune auteur demande beaucoup plus de travail et en production, il faut livrer, alors ils prennent 3/4 d'auteurs expérimentés. Les nouveaux auteurs sont souvent choisis par référence, souligne Josée Vallée. Mme Larue complète en disant qu'elle choisit ces jeunes auteurs par référence soit des professeurs de L'inis ou autres écoles. Sophie Bienvenue réplique que du temps où elle était à Vivavision, c'est aussi ce qu'ils faisaient.

Sophie Parizeau : La quotidienne jeunesse est une des meilleures places pour commencer et développer des affinités avec des producteurs.

Johanne Larue : Récemment, on a fait une séance de *brainstormings*, il y avait 12 auteurs autour de la table qui ne se connaissaient pas nécessairement et des mariages se sont faits. Si on favorise des rencontres comme ça, on peut les choisir comme ça.

Michelle Allen : Tantôt quelqu'un a dit que les producteurs commandent des projets. Est-ce une tendance en ce moment ?

Johanne Larue : Ça arrive, c'est très très rare. D'expérience, j'ai jamais vu de projets de producteurs se rendre jusqu'au bout. La source créative, elle est chez vous. Mais, il faut jamais dire jamais...

Josée Vallée complète en disant qu'ils ont parfois des *flashes*, qu'ils sont sensibles à l'air du temps et ils lancent des pistes. Elle ajoute en souriant qu'elle ne se signera pas un contrat d'option ni d'idée originale.

André Dupuy précise qu'en série documentaire il peut arriver que le producteur génère une série à cause des contacts avec le diffuseur.

Johanne Larue : J'ai œuvré 6 ans chez un télédiffuseur avant d'être chez un producteur et on reconnaissait les projets qui venaient de producteurs et non pas des auteurs. On en a essayé, mais ç'a jamais fonctionné. Je pense que c'est possible, mais pour une raison qui m'échappe, c'est pas la voie la plus organique, la plus facile.

Fin de l'atelier. Une petite foule d'auteurs se précipite pour parler avec les producteurs qui se font généreux de leur temps. Espérons que des promesses de lecture se noueront ici ! 

■ SODEC

Longs métrages de fiction en français du 2^e dépôt

- *L'amour*, écrit et réalisé Marc Bisaillon
- *C'est le cœur qui meurt en dernier*, écrit par Gabriel Sabourin et réalisé par Alexis Durand-Brault
- *La chute de Sparte*, écrit par Tristan Dubois et Sébastien Fréchette et réalisé par Tristan Dubois
- *De l'amour pour Noël*, écrit par Catherine Léger et réalisé par Sophie Lorain
- *Mr Roach*, écrit par Claude Lalonde et réalisé par Daniel Groulx (Podz)
- *Nous sommes les autres*, écrit par Jacques Drolet et Jean-François Asselin et réalisé par Jean-François Asselin
- *Origami*, écrit par Claude Lalonde et André Gulluni et réalisé par Patrick Demers
- *Pieds nus dans l'aube*, écrit par Francis Leclerc et Fred Pellerin et réalisé par Francis Leclerc
- *Les règles de la circulation*, écrit et réalisé par Catherine Martin

■ Fonds Harold Greenberg

APPUIE 13 NOUVEAUX PROJETS

Volet – Aide à la prise d'option de long métrage de fiction

- *Amanita virosa*, roman d'Alexandre Soublière.
- *Charlotte before Christ*, roman d'Alexandre Soublière, scén. : Alexandre Soublière et Patrice Laliberté, réal. : Patrice Laliberté
- *L'Orangerie*, roman de Larry Tremblay.

Volet – Aide à la scénarisation de long métrage de fiction

- *12 images/seconde*, scén. et réal. : Martin Laroche
- *14 jours, 12 nuits*, scén. : Marie Vien
- *Anka.*, scén. et réal. : Halima Elkhatabi
- *Mafia inc.* Adaptation du livre éponyme d'André Cédilot et André Noël, scén. : Sylvain Guy
- *On a besoin d'un fantôme*, adapté de la vie et de la pièce pour marionnettes de Hanüs Hachenburg, scén. et réal. : Rudy Barichello
- *Sainte-Catherine*, scén. : Sébastien Rose et Steve B. Bernard, réal. : Sébastien Rose

Volet – Aide à la production de long métrage de fiction

- *Ça sent la coupe*, adaptation du roman éponyme de Matthieu Simard, scén. : Matthieu Simard, réal. : Patrice Sauvé
- *Junior Majeur*, la suite du film *Pee-Wee 3D*, scén. : Emmanuel Joly, Martin Bouchard et Jean-Sébastien Poirier, réal. : Eric Tessier
- *Pays (conversion)*, scén. et réal. : Chloé Robichaud
- *Ville-Neuve*, adaptation libre de la nouvelle *La maison de Chef* de Raymond Carver, scén. et réal. : Félix Dufour-Laperrière

Les prochaines dates de dépôt des demandes pour les volets du programme de langue française sont :

- 20 mai 2016 / Volet 1.B) Scénarisation de long métrage de fiction
- En tout temps / Volet 1.C) Prise d'option
- 25 février 2016 et 10 juin 2016 / Volet 2. Production de long métrage de fiction
- En tout temps / Volet 3.A) Développement d'un format/concept
- En tout temps / Volet 3.B) Conversion en « mode format » d'une série télévisuelle existante