



PAR JOANNE ARSENEAU

Un colloque fantastique que j'ai failli rater

D'UN ÉCRAN À L'AUTRE : CONFLUENCE NORDIQUE DU CINÉMA À LA TÉLÉVISION

Au mois de mars dernier, j'avais entendu parler d'un colloque qui se tiendrait à l'UQÀM les 2 et 3 avril 2014. Je ne m'étais pas inscrite, je savais que je n'irais pas faute de temps. Mais puisque tout scénariste sous pression finit par « procrastiner », cherchez pourquoi, c'est ce que j'ai fait, le matin du 2 avril, premier jour officiel du colloque. J'ai délaissé mon écran, sauté dans mon merveilleux bolide, je me suis stationnée devant l'ONF rue St-Denis et je suis rentrée sans payer pour assister au premier atelier. Je me disais que ma curiosité serait rassasiée après deux heures, que je retournerais écrire à la maison dès la première pause café. Malheureusement pour mon épisode en chantier et heureusement pour moi, je suis restée. Rassurez-vous, je me suis inscrite officiellement et j'ai payé pour la totale.

Outre les organisateurs Margot Ricard et Pierre Barrette, professeurs de la Faculté de communication de l'UQÀM, le colloque *D'un écran à l'autre : confluence nordique du cinéma et de la télévision* a réuni une vingtaine de panélistes, dont quatre Suédois. La majorité des participants étaient des étudiants âgés de 20 à 30 ans et à en juger par leurs interventions, ils consommaient de la télévision et ils voulaient en faire.

L'idée brillante : rassembler des Québécois et des Suédois. Nous partageons l'hiver, une certaine vision du monde et surtout nos méthodes de production. Ici comme en Suède, les écrans se rapprochent. Auteurs, réalisateurs et comédiens passent du cinéma à la télévision sans en avoir honte. Rien à voir avec la France par exemple où le clivage existe depuis des générations. Nos productions télévisuelles et cinématographiques sont jugées de qualité et nos marchés ne dépassent pas les dix millions de personnes. Nos budgets sont minimes si

on les compare avec ce qui se dépense ailleurs et l'État suédois finance la plupart de leurs productions comme ça se fait ici.

Dans l'atelier d'ouverture, les panélistes Pierre Barrette professeur à l'UQÀM, Germain Lacasse, professeur en communication de l'Université de Montréal, Marc Cassivi, journaliste à *La Presse*, et Marianne Persson, productrice (*Le cas Wallander*) et professeure à l'Académie des arts dramatiques de Stockholm, se demandent si les fictions reflètent nos cultures. C'est le seul panel composé majoritairement de gens qui ne travaillent pas directement sur le terrain. On leur reproche un certain décalage avec la réalité. Pourtant, on ne peut pas les contredire sur le fond et ils soulèvent des questions très intéressantes.

Une classe de maître sur la scénarisation animé avec humour et intelligence par Pierre-Yves Bernard, scénariste (*Minuit le soir, Dans une galaxie près de chez vous*) avec Johanne Larue, productrice et lectrice-analyste de scénario (*Attraction médias*), François Avard (*Les Bougon, Les beaux malaises*) et Kristian Hoberstorfer, producteur (*Broën, Real Humans*) a été haut en couleurs et en confidences de toutes sortes. Podz (Daniel Grou) réalisateur de *Minuit le soir, 19-2* ainsi que Harald Hamrell, réalisateur (*Real Humans*) nous ont donné tour à tour deux fantastiques classes de maître sur la réalisation.

Les tables rondes sur les productions dans les petits marchés ont aussi captivé la centaine de personnes qui était sur place. Jocelyn Deschênes (Sphère Média), Ander Helstrom réalisateur suédois, André Béraud (Québec), responsable des dramatiques (Radio-Canada) ont tenté de répondre à : *Comment produire de la série de qualité dans une situation de petits marchés ?*

Brigitte Couture, réalisatrice (*Mémoires vives*), Martin Talbot, réalisateur (*Les Parents*), et Sophie Deschênes, productrice (*Musée Eden*, 19-2 saison 1, *O'*, *Mensonges*) se sont penchés sur la production et la réalisation — *Téléroman + : Une solution de production de série télé en situation de petits marchés*.

Daniel Chartier, professeur et directeur du Centre de recherche interuniversitaire sur la littérature et la culture québécoises et du Laboratoire international d'étude multidisciplinaire comparée des représentations du Nord (UQÀM) a animé les ateliers intitulés respectivement *L'imaginaire du Nord et de l'hiver* et de *L'hiver suédois à l'écran*.

Les derniers et non les moindres, Martin Bisailon, responsable de la distribution (Aetios Production), Sheila Hockin, productrice (*Vikings*, *The Tudors*, *The Borgias*), Kristian Hoberstorfer, producteur (*Broën*, *Real Humans*), Stéphane Cardin du Fonds canadien des médias et Charles Ohayon (ex-président de l'ACCT, responsable de la distribution à l'internationale chez Casablanca) ont entretenus avec précision de la place à l'international des séries télé produites en situation de petits marchés.

■ NOS SÉRIES SONT-ELLES LE REFLET DE NOS CULTURES ?

Même si c'est le thème central de la première table ronde du colloque, la question est demeurée au cœur des discussions dans plusieurs ateliers. Les réponses paradoxales.

Si on se fie à l'historique de la production de téléseries québécoises dont nous a fait état Jocelyn Deschênes dans l'atelier *Comment produire de la série de qualité dans une situation de petits marchés ?* La réponse est incontestablement oui.

À l'instar des Suédois, on a toujours eu l'avantage de la barrière de la langue. « Aux premières heures de la télévision, beaucoup de gens ne parlaient pas l'anglais (c'est de moins en moins le cas), et à travers tout ça on a réussi à créer des œuvres dans lesquelles on a pu se retrouver. C'était le cas dans le temps des premiers téléromans. Ça coûtait pas cher, ça permettait de faire travailler des acteurs, des auteurs, des réalisateurs et on pouvait se voir à la télévision. »

Et il ajoutera que c'est encore le cas aujourd'hui. Sont venues ensuite les téléseries, où l'on a réussi tant bien que mal à suivre la parade et à se créer une télévision québécoise qui se compare parfois avantageusement avec ce qui se fait ailleurs dans le monde à des prix qui défient toute compétition (ce qui n'est pas nécessairement à notre avantage, nous le verrons plus loin).

Selon lui, nous avons des voix uniques. On se distingue de ce qui se fait ailleurs. Tout comme les Suédois nous n'avons pas essayé de nous fondre dans la manière de faire américaine contrairement au Canada anglais. Jocelyn Deschênes qui a vendu quelques séries québécoises à l'étranger (*Le monde de Charlotte*, *Les hauts et les bas de Sophie Paquin*, 19-2) est bien placé pour savoir que nous avons une spécificité. « Quand on arrive au MIP, il faut vraiment arriver avec quelque chose que personne n'a jamais vu. Si on crée un style de série policière qu'ils ont vu cent fois aux États-Unis, on la vendra pas. Même les Américains sont friands de ça. Les Canadiens anglais ont voulu pendant des années reproduire ce que les Américains faisaient pour avoir du succès en *prime time*, mais maintenant ça se tourne contre eux. »

Actuellement, les Suédois exportent de plus en plus leurs formats de téléseries à travers le monde et considèrent que le reflet de leur propre culture est au cœur de leur réussite. Ils ont créé ce qu'ils appellent le « Swedish drama noir ». Ils estiment

d'ailleurs que la production de séries de qualité en situation de petits marchés est une force. Nous sommes à l'ère de la « globalité ». Les émissions qui se positionnent le mieux sont à la fois globales et locales. « Globales » quand elles exploitent des thèmes universels et « locales » dans la mesure où elles reflètent nos cultures propres.

Mais d'autres panélistes sont plus pessimistes.

À L'INSTAR DES SUÉDOIS, ON A TOUJOURS EU L'AVANTAGE DE LA BARRIÈRE DE LA LANGUE.

La table ronde sur l'imaginaire du Nord et de l'hiver et sur l'hiver suédois à l'écran nous rappelle que nous partageons les paysages nordiques des Suédois. L'hiver fait partie de nos imaginaires. Pourtant, certains panélistes du premier atelier déplorent le fait que bien peu de séries québécoises sont tournées l'hiver. Actuellement, il n'y a que *Série noire* constate Marc Cassivi. Une comédienne dans la salle, qui a joué dans plusieurs téléseries (Joëlle Morin), le ramènera gentiment sur le plancher des vaches. « Tourner l'hiver c'est bien beau, mais ça entraîne toutes sortes de problèmes, les caméras gèlent, les acteurs sont malades, ça fait sauter l'électricité dans les roulottes et dans les maisons avoisinantes, ça prend des *hot shots* que vous voyez à l'écran, et ça peut prendre une ou deux heures à faire un quinze secondes ! »

Parmi les conférenciers, personne ne s'y prend de la même façon pour évaluer le reflet de notre culture dans nos émissions de télé. Sur quoi se base-t-on ? La cote d'écoute ? L'acuité du reflet de ce que nous sommes dans le miroir télévisuel ? L'atteinte d'un public cible ?

Germain Lacasse nous raconte qu'un de ses étudiants a fait une thèse de doctorat sur notre télé l'an dernier. La cote d'écoute au Québec pour notre télévision est pratiquement un record mondial. Et ici, on ne parle pas seulement des cotes d'écoute faramineuses de *La petite vie* ou de *Unité 9*. Une série qui fait au Québec une cote d'écoute de 400 000 spectateurs est considérée comme un petit auditoire. Aux États-Unis, toute proportion gardée, cette cote serait considérée comme un énorme succès toutes catégories confondues. Ici les séries qui accumulent ce type d'auditoire sont menacées. Marc Cassivi soulève que 19-2 a eu le feu vert pour une deuxième saison au Canada anglais avec une cote d'écoute de 190 000 auditeurs. C'est considéré comme un succès.

Si on reconnaissait mieux le succès de nos émissions, on prendrait peut-être plus de risques, nous dit Germain Lacasse.

La répartition est plus égale au cinéma entre le cinéma d'auteur et le cinéma commercial. La pareille n'existe pas à la télévision, on y prend moins de risque. Il se rappelle de *Bunker* comme une série audacieuse et avant-gardiste. Les cotes d'écoute étaient pourries et elle s'est malheureusement éteinte après une saison. Il est d'avis que la série des *Bougon* avait de l'audace. « François Avard et Jean-François Mercier ont créé quelque chose qui était un pavé dans la mare. La télévision nous amenait dans des milieux où on ne la voit pas souvent, y avait des trucs un peu clichés, mais en même temps ça ne l'était pas tant que ça, y brassaient beaucoup la cage. Finalement la série a marché... »

Un colloque fantastique que j'ai failli rater

Suite de la page 5

Marc Cassivi croit pour sa part (comme plusieurs d'entre nous) que pour mesurer la qualité des émissions, il n'y a pas que la cote d'écoute. « Bientôt certains réseaux n'auront plus de budgets parce qu'ils ne font pas assez de cotes d'écoute, on est dans une industrie qui est obsédée par ça. » Et il précise qu'il ne fait pas d'adéquation. « J'écoute *Les beaux malaises*, ça fait 2 millions, je trouve ça bon. C'est pas parce que c'est populaire que c'est pas bon. Mais, c'est pas parce que c'est populaire que c'est bon non plus. »

« Si on veut que notre télé atteigne une certaine maturité, il faut sortir de la logique débile de la cote d'écoute », renchérit Cassivi.

Selon lui, il est accepté qu'un film de Gilles Carles qui a été vu par 2 ou 3 000 personnes fasse partie de notre patrimoine. Cela fait partie de notre cinématographie nationale et personne ne remet en cause le financement de *Léopold Z.* « À ce titre, notre patrimoine télévisuel doit exister aussi et on ne doit pas retirer des ondes des séries comme *Série noire* sous prétexte qu'elle a été vue par 390 000 personnes... Dans 30 ans des séries comme ça, on va s'en souvenir, mais on se souviendra pas nécessairement des *Boys*. »

« C'EST PAS PARCE QUE C'EST POPULAIRE
QUE C'EST PAS BON. MAIS, C'EST PAS
PARCE QUE C'EST POPULAIRE QUE C'EST
BON NON PLUS. »

—M. C.

Monsieur Lacasse, qui n'a jamais été un adepte de la série *Les boys* a l'impression que les institutions font souvent de très mauvais choix sous la pression des lobbys des producteurs. « C'est comme manger du Big Mac toute sa vie. Le monde en mange parce que ça fait la job et ça coûte pas cher, mais est-ce que la santé publique est obligée de financer le Big Mac ? »

Joëlle Morin qui fait partie de l'assistance réproouve leur acharnement contre les producteurs qui font des choses qui marchent et leur reproche leur mépris face au succès populaire...

Dans un autre atelier, André Béraud remet les pendules à l'heure : dans une télé généraliste, il faut gérer l'audace. Il y a des séries qu'on nous propose qui nous semblent très accessibles, mais y a des séries audacieuses qui le sont moins. Avant de mettre en développement et en production des séries, il doit regarder l'ensemble de la grille...

« Avec *Unité 9*, qui cartonne, on peut se permettre d'avoir *Série noire* ou *Tu m'aimes-tu* qui cartonne moins. Mais quand on met une série en ondes, on espère toujours qu'elle va marcher. On veut être rassembleur et on veut que les séries

soient vues parce qu'elles méritent d'être vues, on ne fait jamais une série télé pour deux personnes. Je suis déçu que pas assez de monde ait vu *Série noire*... pas seulement pour une histoire de cote d'écoute, mais pour le produit, pour les efforts qui y ont été mis ... »

Si certains croient que la télévision reflète notre culture, d'autres semblent moins convaincus. Marc Cassivi affirme que les jeunes de 20 à 30 ans délaissent la télévision québécoise au profit de contenus mondialisés plus audacieux. Si notre télévision attire des auditoires respectables avec des émissions de qualité, il estime qu'elle s'entête à séduire une clientèle plus âgée qui s'intéresse davantage à des contenus consensuels et conventionnels, calibrés selon des normes bien établies.

Les jeunes loups attire quatre fois plus de téléspectateurs à TVA que sa concurrente directe à Radio-Canada, *Série noire*, beaucoup plus originale à ses yeux. En plus, puisque le calcul de la cote d'écoute ne tient pas compte officiellement des nouvelles plateformes, leur mince intérêt pour la télé d'ici n'est pas pris en compte. Il considère aussi que nos séries ne reflètent pas la réalité multiethnique et linguistique du Québec. Il n'a pas tort, mais je suis quand même intervenue pendant l'atelier pour lui dire que les interprètes pour le bassin multiethnique est encore tellement restreint, qu'il n'est pas toujours évident de faire du casting en ce sens. Selon lui, leur présence caricaturale ou péjorative dans les émissions d'ici n'encourage pas les jeunes issus de milieux ethniques à s'inscrire dans les écoles de théâtre. C'est un point de vue.

Par contre, si elle est fondée, la désaffection marquée des jeunes pour la télévision québécoise doit nous inquiéter. D'un point de vue culturel, elle fait craindre l'avenir.

■ ÉCRIRE POUR LA TÉLÉVISION, JOIE OU CALVAIRE ?

Les coupures de budget en série dramatique sont de plus en plus préoccupantes. C'est la première chose qui est abordée dans la classe de maître sur la scénarisation. Même si je sens les professionnels québécois de l'écriture plus inquiets que les Suédois sur la question, tous semblent en assez bonne posture mentale.

Dans son laïus d'introduction, Pierre-Yves Bernard nous rappelle qu'avec l'avènement des séries des chaînes spécialisées américaines comme HBO, la télé a cessé d'être le parent pauvre du cinéma. Cette révolution a permis un éclatement des modes narratifs et l'exploration de sujets qui déboulaient les tabous les plus enracinés de la société américaine. On a parlé de la mort avec *Six feet Under*, on a parlé de drogue avec *Breaking Bad* et *Weeds*, on a parlé de sexe avec *Sex in the city* et *Californication*. Au Québec on a eu cette série extraordinaire que François Avard a écrite qui s'appelle *Les Bougon* qui racontait l'histoire d'assistés sociaux qui déjouaient le système c'était absolument subversif.

Il nous interroge ensuite à savoir si au Québec on peut vraiment tout dire et s'attaquer à tout en 2014 ?

Johanne Larue lui répondra spontanément que pour avoir œuvré à la SRC pendant six ans, elle n'a jamais senti qu'elle exerçait de la censure. Par contre, elle précise que certains auteurs ne comprennent pas toujours lorsqu'ils viennent proposer des projets à la télé d'État, que la SRC ce n'est pas HBO. ►

« La SRC est une télévision d'État, une télévision généraliste. On ne paye pas pour y avoir accès. Donc le contenu des séries, Radio-Canada doit à la fois être audacieuse et rassembleuse, donc parler à un plus grand nombre de gens possibles. HBO n'a pas ce mandat-là. Donc c'est un petit peu pernicieux quand un auteur se colle de trop près au mode HBO, même si sur le plan créatif, c'est une source d'inspiration extraordinaire. »

Avec l'humour qu'on lui connaît, François Avard raconte qu'il ne s'est jamais empêché comme auteur d'essayer de tout dire, de trouver des manières de dire tout ce qu'il avait envie de dire. « Comme on est astucieux, on trouve au final des moyens. J'ai jamais subi de censure parce que probablement qu'y avait toujours un deuxième degré assez présent (dans ce que j'écris) pour permettre la compréhension de certains excès, certaines audaces ou certaines vulgarités, de toute façon être subversif en télévision c'est complètement inutile, je le sais, je l'ai vécu. (...) Avec *Les Bougon* j'espérais que les gens volent dans les magasins, furrent le système, que ce soit le chaos total (rires dans la salle) ! Ça été l'échec parce que les magasins fermaient plus tôt pour que les gens puissent aller écouter *Les Bougon* chez eux, y se passait plus rien dans les rues à 21 heures... C'est un échec complet. On a beau être très subversif à l'intérieur et que notre moteur soit la colère, une fois filtré par la télévision, y en reste pas grand-chose sinon un très bon divertissement. »

Le Suédois Kristian Hoberstorfer croit qu'en Scandinavie les auteurs peuvent traiter des sujets de leur choix. L'art n'est pas seulement dans le choix du sujet, mais dans la manière. Il faut être capable de traiter des sujets « edgés » et trouver aussi des moyens pour les véhiculer au grand public...

Qu'est-ce qu'un projet audacieux ? Ce qui est produit par Netflix ? Selon lui, *House of Cards* est ce qu'il appelle une « machine made série ». La série faite pour Netflix, avait été un succès en Angleterre, on avait étudié le marché, on avait fait toutes les statistiques, on avait calculé comment attirer l'auditoire... Ce n'est pas ce qu'il considère de la création libre : « Sur Netflix c'est du « market driven serie » pourtant c'est ressenti comme extrêmement radical. »

Par ailleurs, il considère comme plusieurs qu'on est actuellement dans un âge d'or de la télé. Non seulement peut-on y traiter tous les sujets qu'on veut, mais contrairement au cinéma, on peut y raconter de longues histoires et y développer des personnages complexes qu'on aura le loisir de suivre sur de plus longues périodes.

Les *block busters* hollywoodiens se modèlent de plus en plus sur les jeux vidéos, les auteurs qui aspirent vraiment à raconter des histoires de chair et d'émotions se tournent davantage vers la télé.

Parmi les étudiants dans la salle, les notions de producteurs au contenu et de la script-édition (j'y reviendrai dans un article futur) aiguissent la curiosité. Mais ce qui les préoccupe bien davantage – ce sont majoritairement des étudiants en communication – sera bien sûr l'avenir de la relève.

Beaucoup de jeunes créateurs se tournent vers la web-série parce qu'on peut y créer quelque chose sans se ruiner. C'est la porte d'entrée pour la télé « broadcast » ou plus professionnelle... mais est-ce que ça porte fruit ? Apparemment non.

Le témoignage d'une étudiante est éloquent à cet effet : « Tout le monde que je connais a sa Web-série et les auteurs en

place gardent leur job... Comment arriver à défaire ce cercle vicieux là... Parce que même en jeunesse, c'est de plus en plus difficile d'y entrer, c'est un peu décourageant... »

François Avard reconnaît que, pendant une bonne période, les émissions jeunesse ont été une excellente école pour les scénaristes en devenir. « Moi j'ai commencé en faisant du *Sur la piste*, Pierre-Yves a fait *Dans une Galaxie près de chez vous* ! » François Avard reconnaît que c'est en faisant du *Ramdam* qu'il s'est aguerri au récit : « J'en ai fait 100 des ostie de *Ramdam*, c'est comme faire des gammes (...) Ça t'oblige à te plier à un produit, qui t'intéresse pas nécessairement complètement, mais qui te donne une autre sorte de défi qui te permet d'apprendre le métier et à apprendre aussi l'humilité. »

On sait très bien qu'un producteur ne refusera pas une bonne idée même si elle vient d'un parfait inconnu. Mais le risque est plus grand. Comme dira Avard : « En même temps si y a des gens connus qui ont eux aussi de bonnes idées, d'autres n'ont même pas besoin de cogner aux portes, la porte est déjà ouverte. »

ON CONSTATE QUE LE MÉTIER DE
SCÉNARISTE EST PLUS EXIGEANT ET
DEMANDE DE LA PRATIQUE.
ÇA NE S'APPREND PAS UNIQUEMENT
DANS LES LIVRES, NI DANS LES ÉCOLES,
MAIS BIEN SUR LE TAS.

« Le problème avec les séries Web c'est qu'elles sont de courte durée, précise Johanne Larue. C'est une autre technique narrative, c'est autre chose que d'écrire la demi-heure ou un épisode d'une heure. Tant qu'on ne trouvera pas une façon de vous faire faire des gammes sur le format qui existe encore en ondes, c'est problématique en effet. Quand j'étais à la SRC on espérait rencontrer des producteurs qui viendraient avec de nouveaux auteurs et on en a eu, on les a essayés et c'est épouvantable ce que je vais dire, mais c'est souvent le manque de métier qui fait en sorte que le développement n'allait nulle part. Donc forcément on s'arrêtait sur des auteurs chevronnés. »

Même si quelques panélistes québécois semblent convaincus que l'audace viendra uniquement par les jeunes scénaristes, on constate que le métier de scénariste est exigeant et demande de la pratique. Ça ne s'apprend pas uniquement dans les livres, ni dans les écoles, mais bien sur le tas.

Johanne Larue conclura en disant que c'est d'abord et avant tout aux producteurs de donner une chance à la relève, en les incluant dans des équipes d'auteurs. Des équipes de téléromans par exemple, ou d'émissions jeunesse. « Ça existe encore et c'est une très très bonne école, mais c'est au producteur à faire cette démarche-là, parce qu'un auteur, ça tombe pas du ciel. »

Récemment Pixcom a mis sur place un projet de série à faire écrire par de jeunes auteurs (provenant principalement du théâtre). Ils seront chaperonnés par Myriam Pavlovic et Patrick Sauvé. Espérons que l'expérience portera fruit.

Un colloque fantastique que j'ai failli rater

Suite de la page 7

■ L'ARGENT, LE NERF DE LA GUERRE

La classe de maître sur la scénarisation s'est ouverte sur la question d'entrée de jeu. L'aspect positif, c'est que la création en situation de petit marché et à petit budget force parfois les créateurs à l'ingéniosité.

François Avard : « Ça va faire 15 ans que je scénarise pour la télévision et je remarque que c'est de plus en plus difficile de réaliser nos rêves d'auteurs, de faire produire ce qu'on met sur papier. Nous avons appris à travailler avec pas grand-chose et à en tirer le maximum... »

Comme le souligne Jocelyn Deschênes sur son propre panel, on a été extrêmement chanceux d'avoir en plus la technologie de notre côté. Les caméras légères, les salles de montage, tout s'est démocratisé. « Quand on a fait les *Deux frères* on a pu diminuer beaucoup beaucoup les budgets parce qu'on pouvait tourner beaucoup plus par jour... grâce à la rapidité des techniciens... tout ça nous a permis d'être extraordinairement créatif... on a eu aussi à créer beaucoup de séries parce qu'on était captif... et plus vous créez de séries, meilleur vous devenez... Et plus les gens voient de séries, plus ils deviennent critiques et exigent des séries qui se distinguent... *19-2*, ça marche au Canada anglais, y ont jamais vu une série comme ça. Pourquoi ? Parce que c'est une voix unique. *Charlotte* c'était la même affaire, *Sophie Paquin* aussi quand je l'ai vendue ailleurs y avait quelque chose d'original là-dedans y avait quelque chose qui n'avait pas été vu ailleurs. Oui on peut faire de l'exportation, mais pour en faire il faut d'abord avoir créé quelque chose d'original qu'on peut vendre à l'extérieur. Ce que ça va nous prendre c'est la volonté politique de financer ça. »

Avec ce qui se passe en ce moment, force est de constater que la volonté politique n'est pas là.

À ce chapitre, les Suédois n'ont pas le même degré de difficulté que nous. Même si leurs budgets sont inférieurs à ceux du Danemark (*Borgen*, *The Killing*), même s'ils sont bien en de ça des budgets alloués aux émissions britanniques et américaines, les Suédois (*The Bridge*, *Real Humans*) peuvent compter sur environ 1,3 million de dollars par épisode.

Kristian Hobersorfer est heureux de son sort. (On le comprend). Pour lui c'est le bon temps de faire de la télévision en Suède, il considère qu'il travaille dans des circonstances rêvées. En plus, dira-t-il : « ...on devient comme un modèle, les gens viennent d'ailleurs nous demander comment on y parvient, même les Américains. »

À sa place je serais heureuse aussi. Le 1,3 million qu'il en coûte pour faire un épisode de télé-série en Suède est plus du double de ce que nous avons ici. Les budgets de nos séries lourdes actuelles sont entre 650 et 750 000 dollars. Par contre, nos façons de faire se ressemblent. La fiction suédoise est financée par le gouvernement, car, comme nous, ils n'ont pas

d'investisseurs privés. Les Suédois travaillent 9 heures par jour et accordent en plus une heure pour dîner... ils tournent environ 4,5 minutes par jour (chaque épisode dure 58,30 min). Connaissant leurs limites, ils commencent à penser budget dès l'étape de l'écriture, d'où selon eux, l'importance du *head writer* ou du script-éditeur.

« La préparation, la préparation, la préparation » nous lancera André Béraud tout en avouant aux Suédois qu'il envie leurs budgets. « Au Québec les budgets n'ont pas seulement stagné, ils ont diminué. Quand *Lance et compte* a commencé, la série coûtait beaucoup plus cher l'heure qu'il en coûte maintenant. Dans un petit marché, c'est vraiment la clé du succès au niveau de la production. Oui on doit avoir des créateurs qui ont du souffle, de la vision, des univers qui nous interpellent et qui peuvent rallier des équipes techniques, des comédiens. Oui, on donne du 200 000 pour cent pour pouvoir continuer à faire notre télévision... Mais on se cachera pas qu'y a un manque flagrant d'argent... »

Du côté des auteurs, Pierre-Yves Bernard se pose la question : est-ce que faire de la fiction au Québec relève d'un formidable rêve ? Est-ce que *Unité 9* qui coûte entre 300 et 400 000 dollars va devenir un nouveau standard ? Est-ce que c'est vraiment l'âge d'or de l'écriture de la télé québécoise présentement ?

« ÇA VA FAIRE 15 ANS QUE JE SCÉNARISE POUR LA TÉLÉVISION ET JE REMARQUE QUE C'EST DE PLUS EN PLUS DIFFICILE DE RÉALISER NOS RÊVES D'AUTEURS, DE FAIRE PRODUIRE CE QU'ON MET SUR PAPIER. »

—F. A.

« Ma réponse sera paradoxale, rétorque Johanne Larue. D'un côté je trouve qu'on n'a jamais eu d'aussi bonnes téléés que maintenant parce qu'y a une plus grande diversité à l'écran, y a des univers riches, y a de plus en plus d'émissions audacieuses que ce soit en comédie ou en drame. Par contre, si on regarde les budgets avec lesquels on fait cette télé-là depuis plusieurs années, effectivement c'est comme une peau de chagrin, ça rétrécit. Donc y faut être de plus en plus ingénieux, faut se serrer beaucoup la ceinture et c'est de plus en plus difficile. »

La bonne nouvelle selon elle, c'est qu'on remarque un renouveau du côté de la télé privée, TVA pour ne pas la nommer. D'autres modèles que celui du téléroman classique sont actuellement en ondes. Bientôt, d'autres réseaux (Vidéotron, Bell), sous l'influence de Netflix, chercheront à court ou moyen terme à offrir aux gens des séries exclusives sur la plateforme Web, des trucs peut-être encore plus audacieux que ce qui est sur la télé généraliste actuelle. Par contre, si celle-ci devrait disparaître, ce serait la catastrophe.

Dans son propre atelier, André Béraud se montre inquiet : « Il faut avoir un minimum de moyens pour raconter ce que

nous on a à raconter. (...) Si on continue à multiplier les plateformes et que la tarte d'argent disponible reste la même, on va devoir continuer à ajuster nos histoires à ces budgets-là. (...) Moi ce qui m'inquiète, c'est ce qui va arriver quand une série va se passer dans une pièce avec trois acteurs parce qu'on n'a pas l'argent pour raconter d'autre genre d'histoire. »

Jocelyn Deschênes parle d'un projet que lui a présenté Frédéric Ouellet (lui aussi dans la salle). Un projet novateur, mais impossible à financer ici. Il considère que Frédéric a une voix unique et à sa connaissance personne d'autre que lui ne pouvait raconter ce genre d'histoire-là.

Et il ne faut pas compter non plus sur les coproductions, ajoute André Béraud. « Les coproductions ne sont pas la solution... C'est deux marchés, c'est deux cultures. Y a peut-être des sujets qui s'y prêtent, mais le plus souvent... ça devient du *Europouding*. » Il dit ne connaître aucune coproduction qui a marché sur les deux territoires. « Des fois ça marche sur un territoire, mais pas sur les deux. Et souvent sur aucun des deux. »


Il déplore aussi le fait qu'il a de bonnes séries développées sur sa table qu'on ne pourra jamais produire faute de budgets. « En ce moment, on est attaqué d'un peu partout. Nos budgets sont réduits, sont réduits, sont réduits et la technologie ne pourra pas toujours nous sauver la vie... C'est une industrie humaine... y a des gens qui doivent prendre un temps minimum pour faire les choses, pour écrire, jouer, réaliser, monter et puis peut-être vivre, voir sa famille et faire des enfants pour assurer une survie. Jusqu'où va-t-on aller pour faire de la télé ? »

Dans son propre atelier, François Avard avouera candidement : « On est très très chanceux lorsqu'on fait un produit qui se retrouve à la télévision, on est privilégié, fait qu'en partant, on dirait que ça nous enlève le droit de se plaindre. »

Dans le métier depuis trente ans, je suis moi-même bien placée pour savoir que plusieurs d'entre nous frôlons la *burn-out* après une production. Auteurs, réalisateurs, comédiens, techniciens sommes de plus en plus contraints de travailler plus vite tout en voulant maintenir le même standard de qualité.

Tant qu'on aura cette imagination pour suppléer au manque de budget, ça ira, mais on sent qu'on est en train d'atteindre le plancher.

Avec tout ça, je me suis demandée ce que les scénaristes en devenir et autres étudiants en communications dans la salle ont pu en conclure. Je les comprends d'être inquiets. Je les ai trouvés très lucides. Mais comme s'est demandé Avard : « Est-ce que c'est en produisant des produits Web artisanaux avec zéro cenne pour gagner en expérience et en visibilité qu'ils vont pouvoir gagner leur vie ? »

J'espère que les voix uniques qui nous caractérisent et qui pourraient assurer la pérennité de notre culture télévisuelle ne s'éteindront pas avant d'avoir été entendues. 

P.-S. : Dans un prochain article, je vais me pencher sur les débouchés actuels existant pour nos aspirants scénaristes, question de garder le moral.

Appel de candidatures pour la 16^e édition de COURS ÉCRIRE TON COURT

COURS ÉCRIRE TON COURT | SPÉCIAL COMÉDIE 2014

La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) convie les scénaristes de la relève à participer à **COURS ÉCRIRE TON COURT 2014 – SPÉCIAL COMÉDIE**. Destiné aux scénaristes et aux coscénaristes qui sont dans une démarche d'apprentissage professionnel, le concours propose un programme de mentorat sous forme d'ateliers d'écriture, de réflexion et de discussions soutenues, individuelles et collectives, entre consultants expérimentés et jeunes créateurs, en vue de la scénarisation des versions finales de projets de courts métrages de fiction. Pour la 16^e édition du concours, les auteurs sont invités à déposer une première version dialoguée d'un scénario de court métrage de comédie (fiction ou animation). D'une durée maximale de 12 minutes, en français ou en anglais, les scénarios devront être déposés à la SODEC au plus tard le **9 septembre 2014**.

Le lancement de **COURS ÉCRIRE TON COURT - SPÉCIAL COMÉDIE** aura lieu en octobre prochain, dans le cadre du **Festival du nouveau cinéma**.

LES ATELIERS DE SCÉNARISATION : UN VÉRITABLE LABORATOIRE DE CRÉATION !

Élément central de ce concours, les ateliers offrent aux finalistes la chance unique de bénéficier des précieux conseils de scénaristes chevronnés. Chaque participant est accompagné tout au long du concours d'un mentor qui le soutient dans la création de son scénario. Vivantes et productives, ces sessions se déroulent sous forme de séances de travail et de discussion, individuelles et collectives. Les ateliers auront lieu les 19 et 20 octobre, ainsi que les 2 et 3 novembre 2014 au Centre Phi à Montréal.

À la remise de la version finale des scénarios, un jury constitué de cinq membres choisira les lauréats qui se verront attribuer les prix suivants :

- Le « Grand Prix SODEC » d'une valeur totale de 5 000 \$, remis au meilleur scénario, comprend une participation à l'édition 2015 d'un festival international de film (à déterminer), incluant les frais de transport et de séjour offerts par la SODEC d'une valeur de 3 000 \$;
- Le « Prix SARTEC » d'une valeur de 1 000 \$ récompensant un scénario francophone;
- Le « Prix WGC/JIMMY LEE » d'un montant de 1 000 \$ récompensant un scénario anglophone.

ADMISSIBILITÉ

Les conditions d'admissibilité sont disponibles sur la page d'accueil de la SODEC au www.sodec.gouv.qc.ca.