

## Place aux mérites Rôles de la SODEC et de Téléfilm Canada

Éric Perron

---

Volume 32, Number 3, Summer 2014

Rayonnement international du cinéma québécois

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/72188ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)

1923-3221 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this article

Perron, É. (2014). Place aux mérites : rôles de la SODEC et de Téléfilm Canada. *Ciné-Bulles*, 32(3), 14–15.



Le Village international du Marché du film à Cannes où se trouvent les pavillons du Canada (Téléfilm Canada) et du Québec (SODEC) — Photo: Éric Perron

## Rôles de la SODEC et de Téléfilm Canada

# Place aux mérites

ÉRIC PERRON

« D'aussi loin que je me souviens, Téléfilm Canada a assuré une présence à Cannes qui reposait sur deux objectifs : montrer le cinéma canadien et encourager la coproduction. Mais depuis quatre ou cinq ans, un virage important a été pris », commence Carolle Brabant, à l'emploi de Téléfilm Canada depuis 24 années dont les quatre dernières comme directrice générale, quand on lui demande ce que fait l'institution pour favoriser le rayonnement international du cinéma québécois. « On avait beaucoup travaillé l'offre, on a donc décidé de travailler davantage la demande. On devait poursuivre nos actions sur la scène internationale, mais les relier davantage entre elles et les axer sur notre véritable produit : le talent. » Carolle Brabant est convaincue que cette visibilité recadrée aura des répercussions sur les assistances des films canadiens au pays. Du moins, elle travaille en ce sens. « Si nous sommes fiers d'un lugeur olympique canadien une fois aux quatre ans, pourquoi ne le serions-nous pas tout autant pour une Marie-Josée Saint-Pierre [NDLR : la réalisatrice de **Jutra**, court métrage en compétition à la Quinzaine des réalisateurs] qui porte le flambeau du Québec et du Canada à Cannes? C'est tout aussi important et tout aussi compétitif que les Olympiques. »

La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) est aussi présente à Cannes ainsi qu'à d'autres événements cinématographiques internationaux comme les festivals de Berlin, de Toronto ou de Venise. « Quand nous sommes sur place, on essaye d'intéresser les acheteurs aux films québécois, on renseigne les programmeurs de festivals, résume Éline Dumont, directrice aux affaires internationales. Par exemple, ce printemps à Guadalajara au Mexique, où le Québec était mis à l'honneur avec une soixantaine de films, des gens de Tribeca et de South By Southwest m'ont questionnée sur les projets en cours. Connaissant leur ligne éditoriale, j'ai pu les informer. » Éline Dumont tente également d'organiser des rencontres de coproduction lorsqu'elle dirige des missions. « À Cannes, j'ai planifié, entre autres, des réunions avec le Mexique et le Danemark. J'ai de bons liens avec les gens du Danish Film Institute, je savais qu'un producteur cherchait un partenaire, alors on a établi le contact. » En plus d'être présente dans les grands festivals, l'institution québécoise organise des missions spécifiques. Que ce soit au Festival de Clermont Ferrand pour le court métrage ou à celui d'Annecy pour faire valoir les crédits d'impôt québécois. Évidemment, il y a Cinéma du

Québec à Paris, chaque année en novembre, pour le rayonnement des films québécois en France.

« Dans les festivals, la SODEC organise des activités connexes aux films en sélection, de même que des activités pour les producteurs. Par exemple, cette année à Cannes, Éline et José [Dubeau] ont permis à cinq producteurs de la relève de participer à diverses rencontres formatrices », explique Catherine Loumède, directrice générale à la Direction générale du cinéma et de la production télévisuelle. On cherche ainsi à maximiser la présence des gens de la SODEC. » Maximiser la présence, voilà l'expression clé en ces temps de coupes ! Il n'a échappé à personne que l'équipe de la SODEC était très réduite cette année au Festival de Cannes, édition où pourtant un nombre exceptionnel de films québécois était sélectionné. « Avec l'arrivée du nouveau gouvernement, le message était assez clair, explique Catherine Loumède. Il n'y a pas eu à questionner quoi que ce soit. Toutes les sociétés d'État ont eu l'ordre de réduire de 2 % leur masse salariale et de 3 % leurs dépenses de fonctionnement. Éline a fait un important travail de resserrement des dépenses pour Cannes. » Malgré un budget réduit, la SODEC souhaite continuer d'apporter son aide aux cinéastes dont les films sont sélectionnés dans des festivals internationaux. « On soutient directement le cinéaste et, selon le type de sélection, également l'entreprise de production », précise Catherine Loumède. Pour Téléfilm Canada, cela varie en fonction de l'expérience du producteur et du distributeur du film. « Quand les gens sont expérimentés, l'aide est surtout monétaire. Pour des équipes moins expérimentées, on offre le même soutien financier, mais l'accompagnement est plus soutenu », explique Carolle Brabant.

Ce rayonnement international devrait profiter aux cinéastes méritoires, dont les films ne sont pas, règle générale, les champions du box-office, dans l'évaluation de leurs futurs projets... Alors que dans les domaines de la télévision et des arts de la scène, on compte les individus qui regardent une production, au cinéma, on calcule depuis trop longtemps — à l'instar des Américains — combien ils sortent d'argent de leurs poches. Après avoir enfin réalisé que cette façon de faire ne tenait pas la route, et compte tenu du succès du cinéma québécois à l'international et de la multiplication des plateformes, de nouvelles grilles d'évaluation ont été mises en place afin de dresser un portrait plus juste du succès d'un film. Un des exemples de la dérive du tout au box-office fut la création du système des « enveloppes à la performance », créé par Téléfilm Canada sous François Macerola. « On a corrigé le tir, affirme Carolle Brabant. Avec les enveloppes, c'était clair que l'on parlait du succès commercial d'un film. La probabilité qu'un film d'auteur puisse avoir une enveloppe était relativement mince. » Depuis quelques années, Téléfilm Canada a établi une nouvelle structure d'évaluation des projets qui tient désormais compte des succès à l'international (ventes, festivals, VOD,

galas, etc.), ce qui remet le cinéma d'auteur à sa juste place sur l'échiquier.

« Si le seul festival où vous avez eu un prix est celui de votre ville de naissance, si ce n'est pas Cannes, il se peut que ça ne compte pas autant », dit en riant la directrice générale de Téléfilm Canada. Une quarantaine de festivals fait présentement partie de la grille d'évaluation de l'institution. Des points sont ainsi accordés pour une sélection officielle ou pour un prix. Cette grille, perfectible aux dires de Carolle Brabant, compte pour 30 % de l'évaluation des projets. Et peut même résulter en l'octroi de « privilèges », des subventions quasi automatiques, à des compagnies de production dont les films se sont démarqués à l'étranger. « C'est le portfolio qui est regardé », précise M<sup>me</sup> Brabant. L'ACPAV (**Le Vendeur, Le Démantèlement**) ou micro\_scope (**Incendies, Monsieur Lazhar**), par exemple, ont ce type d'avantages. Mais le premier critère d'évaluation, pour Téléfilm Canada, demeure la qualité du dossier soumis. Ainsi, un film au scénario très fort, mais dont l'expertise du cinéaste ou de la compagnie de production serait faible, pourrait l'emporter dans un exercice comparatif.

À la SODEC, Catherine Loumède précise d'entrée de jeu que « ce sont les propositions qui sont évaluées et non les compagnies de production ou les cinéastes. Cela dit, dans l'évaluation de la qualité du projet, qui compte pour 75 %, il y a des critères qui prennent en compte l'expérience du réalisateur et celle de l'entreprise. Dans notre grille actuelle d'évaluation, le fait d'avoir gagné des prix ou d'avoir été mis en nomination ne donne pas de points. Mais au moment de comparer l'ensemble des dossiers — lors du dernier exercice, il y avait 37 projets à l'étude —, c'est certain que l'on considère la carrière du cinéaste et ce qu'il a fait jusque-là. Prenons Denis Côté, par exemple : c'est un cinéaste qui a déjà une carrière bien entamée, qui est reconnu internationalement; certes, ses films ne rapportent pas des millions de dollars au guichet, mais c'est un cinéaste accompli et l'on doit en tenir compte si l'on veut qu'il puisse continuer à faire des films. » Cela dit, la SODEC est déterminée à repenser en profondeur sa façon d'évaluer le succès. « Dans le rapport du Groupe de travail sur les enjeux du cinéma québécois, la référence au box-office est remise en question, on ne veut plus parler de cela, on veut parler d'assistance, de personnes qui voient les films partout et sur toutes les plateformes. Et la SODEC ne fera pas ça toute seule, il y a un mandat qui devrait normalement être dévolu à l'Observatoire de la culture. Et il y a aussi nos partenaires à Téléfilm, qui font des collectes de données. On verra si l'on ajuste officiellement la grille d'évaluation, mais c'est sûr que lorsque des cinéastes gagnent des prix à l'international, quand leurs films sont sélectionnés dans des festivals, ça peut faire une différence au final », de conclure Catherine Loumède. 📺