

# **CINEMANIA**

## **Journée de la langue française**

Mardi 7 novembre 2023  
Résumé détaillé des discussions

Table Ronde

### **La langue française au cœur de la production cinématographique Québécoise**

#### **Introduction Cinémania**

***par Guilhem (Directeur festival)***

Ouverture officielle de Cinémania Pro aujourd'hui.

Quelques événements ont déjà eu lieu, notamment des discussions avec les représentants suisses. On félicite notamment le rétablissement d'un accord historique entre les industries du film en Suisse et au Canada.

Cette nouvelle édition de Cinémania Pro promet d'être particulièrement intéressante. On va apprendre beaucoup aujourd'hui grâce à toutes les discussions qu'il va y avoir sur la place de la langue française dans le cinéma québécois, mais surtout sur la place du français au sein de l'industrie cinématographique. Cinémania Pro sera aussi l'occasion d'ouvrir de nouvelles perspectives sur le cinéma francophone, grâce notamment à des discussions autour des sous-représentations dans le cinéma francophone (e.g. personnes du Maghreb).

Enfin, je suis ravi de noter un bel engouement pour le festival, avec des salles quasiment toujours pleines cette année !

***par Jade (Responsable Cinémania Pro)***

Importance d'avoir une discussion autour de l'usage du français dans l'industrie cinématographique. C'est le cœur du festival Cinémania, et sa raison d'être.

Concrétisation de mois d'échanges avec tout le monde, on a beaucoup de plaisir à se rencontrer enfin. On a hâte d'entendre tous nos intervenants et panelistes, et d'avoir de belles discussions ensemble.

#### **Allocution OQLF**

***par Brigitte Hernandon (OQLF - Directrice de l'accompagnement des entreprises et des partenaires)***

L'Office est là pour accompagner les entreprises dans leurs démarches de francisation au Québec. On a beaucoup de fierté à soutenir pour la première fois le

festival. C'est un beau projet et une opportunité incroyable d'ouverture de l'industrie du cinéma, qui est florissante au Québec, vers le français.

### **Diffusion des capsules vidéo OQLF x CINEMANIA 2023**

Pour commencer concrètement cette belle journée, nous allons diffuser les cinq capsules auto-produites par CINEMANIA dans le cadre de son partenariat avec l'OQLF. Vous allez donc voir les cinq vidéos qui ont été spécialement conçues par CINEMANIA qui est allé à la rencontre de professionnels de l'industrie audiovisuelle et cinématographique québécoise. Chacune et chacun d'entre eux détaillent la liste de leurs engagements positifs pour la diffusion et la promotion de la langue française. Bon visionnage.

#### ***Diffusion Capsule 1***

Ariane Giroux-Dallaire - CAPSULE 1/5 - CINEMANIA X OQLF

<https://www.youtube.com/watch?v=RUEzng2KHyE>

#### ***Diffusion Capsule 2***

Christine Maestracci - CAPSULE 2/5 - CINEMANIA x OQLF

<https://www.youtube.com/watch?v=lx5ZFfelKY>

#### ***Diffusion Capsule 3***

Daniel Séguin - CAPSULE 3/5 - CINEMANIA x OQLF

<https://www.youtube.com/watch?v=vep3zQSWYco>

#### ***Diffusion Capsule 4***

Pierre Luc Brillant - CAPSULE 4/5 - CINEMANIA x OQLF

<https://www.youtube.com/watch?v=x9jLKLy2tXs>

#### ***Diffusion Capsule 5***

Jean Hamel - CAPSULE 5/5 - CINEMANIA x OQLF

[https://www.youtube.com/watch?v=9\\_GS-ONHc40](https://www.youtube.com/watch?v=9_GS-ONHc40)

## **Conférence #1**

### **Produire des œuvres en français dans le contexte québécois**

**François Pierre Pelinard-Lambert (Modérateur)**

*Ginette Petit (Productrice – Films Outsiders)*

*Marie-France Godbout (Directrice longs métrages francophones – Téléfilm Canada)*

*Pascal Rajotte (Délégué relations d'affaires – Sodec)*

### **FPPL : Commençons par le volet fédéral de l'industrie francophone au Canada. Quelles sont les spécificités canadiennes ?**

MFG : Téléfilm Canada est une agence gouvernementale de gestion des programmes audiovisuels. Nous prenons en charge tous les films où la langue française est largement majoritaire, au Québec mais aussi chez les francophones minoritaires (NB, Toronto, Winnipeg, etc.).

Cet été a été magnifique pour les films francophones au Québec. De très très bons films et un gros engouement pour les spectateurs en salle. C'est le bon moment pour redonner une impulsion au cinéma québécois !

### **FPPL : Vous avez presque trop de projets pour votre budget ?**

MFG : Une nouvelle particularité de Téléfilm est de permettre aux films à petit budget (moins de 3.5 millions) d'être produits même s'ils n'ont pas de distributeurs. Notamment les documentaires, ou les films permettant la représentation de la diversité. Ce programme permet de beaucoup gagner sur la production de nouveaux et beaux films.

On essaie d'avoir un portefeuille le plus diversifié possible, mais ce n'est pas toujours facile à gérer avec le budget limité que l'on a.

### **FFPL : La Sodec est notamment connue pour son activité dans l'audiovisuelle, mais en réalité elle intervient dans tous les domaines de la culture au Québec, sorte de ministère de la culture. Comment ça se passe pour vous ?**

PR : La Sodec finance non pas les artistes, mais les entreprises qui travaillent dans le domaine de la culture. Et oui, la Sodec est chapeauté par le ministère de la Culture, donc on a un gros lien avec le développement de la culture au Québec.

Nos fonds doivent financer des projets incluant un minimum 80% de langue française. En réalité, on est même plus entre 80 et 90% pour les longs métrages de fiction que l'on finance.

Chaque année, la Sodec finance 30 à 35 productions. Avec un accompagnement de la production à la diffusion (de bout en bout) y compris dans les festivals internationaux.

### **FFPL : La vie du cinéma québécois à un rythme particulier au cours de l'année, avec un échéancier bien tenu. La Sodec et Téléfilm Canada décident**

**de la vie de beaucoup de projets, qui dépendent de vos dates de décision de financement. Comment ça se passe techniquement ?**

MFG : Téléfilm et la Sodec travaillent en étroite collaboration, et ça se passe assez bien ! Pour la première fois, la période de dépôt des 2 institutions est en même temps, ce qui permet de faciliter et clarifier la compréhension du projet.

Les projets sont principalement jugés sur l'état d'avancement de la production du scénario.

C'est incroyable de remarquer que le niveau d'achèvement et la qualité des projets est toujours plus élevé, d'année en année. C'est très beau, car on a beaucoup de talents au Québec ! Mais c'est aussi tendu car il y a de plus en plus de compétition entre les scénarios.

PR : Du côté de la Sodec, on a aussi un processus de consultation par les pairs pour les projets à petits budgets, ce qui permet d'avoir un niveau de consultation plus fin et plus adapté.

MFG : Ce qu'on a tendance à oublier aussi, c'est qu'à la Sodec et à Téléfilm, on ne donne jamais d'avis personnel. Pas de choix personnel. On juge un film sur la capacité à rejoindre son public, qui n'est peut-être pas le nôtre. On juge un projet sur l'importance et l'impact qui pourrait avoir pour les gens.

PR : Et puis évidemment, on juge beaucoup un projet sur le plan financier. C'est toujours le nerf de la guerre...

MFG : La moyenne budgétaire des projets à plus de 3.5 millions a beaucoup augmenté depuis la pandémie, notamment à cause de l'inflation. On fait certes des miracles avec des bouts de chandelle. Mais les professionnels sont de plus en plus tannés de travailler avec des bouts de chandelle... C'est un équilibre difficile qu'on arrive à trouver aujourd'hui, mais qui nous préoccupe beaucoup pour le futur.

**FFPL : Ginette Petit, vous êtes au milieu de la production, de la défense du français dans l'industrie et de la réalisation. Vous êtes particulièrement impactée par ces questions de budget. Comment le vivez-vous chez les Films Outsiders ?**

GP : Depuis le début, j'essaie de beaucoup défendre le français. Ça n'a pas toujours été le cas, mais on fait aujourd'hui beaucoup d'efforts.

Prenons l'exemple de *Space Cadet* (projet du rappeur Kid Koala), film d'animation que je coproduis. Le film met en lien la créativité anglophone et francophone, ce qui donne un cocktail très intéressant. La beauté de tout ça, c'est qu'il y a un réel échange, une alchimie entre les membres de l'équipe, qui communiquent assez équitablement dans les 2 langues.

**FFPL : C'est un peu une exception dans la réalité actuelle, mais espérons que les choses aillent dans ce sens-là. Comment expliquez-vous qu'il puisse avoir un réveil de l'intérêt pour la langue français ?**

GP : Il y a une admiration non-dite pour la créativité francophone au Québec. C'est grâce à cette fascination qu'on arrive à développer et partager notre langue. A travers nos beaux projets francophones.

Dans notre équipe, il y a une vraie attache au respect de la langue française. On essaie d'utiliser les bons termes, quand cela est possible (e.g. scénarimage au lieu de story-board, merci au lexique 3D !). C'est vraiment une volonté de notre part.

**FFPL : A votre avis, sur le projet *Space Cadet*, qu'est-ce qui explique que la collaboration bilingue marche si bien ?**

GP : Il faut noter que Kid Koala est un immigré taïwanais, et on remarque à quel point les immigrants sont importants pour la mouvance de la francophonie. Ce sont parfois eux qui permettent d'élever l'intérêt autour de la langue.

MFG : Je suis d'accord avec vous. Il y a une sorte d'émerveillement autour de la langue française à travers le monde. On ne se sent pas nécessairement menacé comme on le dit souvent.

PR : Montréal (avec son drapeau, à l'effigie de 4 puissances fondatrices, s'unissant dans sa culture et la construction de la ville) et le Québec sont par essence des cultures où l'ouverture au monde est très importante. Ce qui fait que nos projets peuvent prendre de l'ampleur, tout en mobilisant beaucoup de talents, dans un esprit de partage. C'est vraiment quelque chose de typique d'ici, qu'on ne retrouve pas forcément dans le reste de la francophonie. Et ce partage, autour du français, est un vecteur incroyable pour la langue. Ça crée énormément d'engouement !

**FFPL : D'un autre côté, il y a aussi une sorte d'exode des talents québécois (e.g. Denis Villeneuve), mais il y a toujours un rayonnement incroyable du Québec. Comment expliquez-vous ce phénomène ?**

PR : Effectivement, beaucoup de nos grands talents partent faire une carrière à l'étranger. Souvent aux USA. Mais on observe que les talents reviennent régulièrement pour faire des choses avec le Québec.

MFG : Et puis même s'ils ne reviennent pas, ils continuent de parler de nous et à porter la voix du Québec et de la francophonie, en remerciant la qualité de l'école québécoise. Et ça n'a pas de prix pour nous !

**FFPL : Il y a des rencontres francophones autour de l'industrie du film. Actuellement vient de s'ouvrir une discussion autour de la production cinématographique francophone. Mais souvent il y a beaucoup de difficultés à trouver des accords. Qu'est-ce que cela vous inspire pour le futur de l'industrie ?**

MFG : Il y a de beaux projets entre les différents pays producteurs francophones. Ça fait avancer la place du cinéma francophone dans le monde.

GP : Mais il y a aussi parfois un problème de langue, même au sein de la francophonie. Il y a une sorte de méfiance par rapport aux accents de par le monde,

comme s'il y avait une moquerie. On pourrait parler d'un problème de captation de l'attention du spectateur, dès qu'il veut faire un petit effort, car il ne s'agit pas du français de « chez lui ». Et c'est parfois ce qui fait peur aux talents québécois, les rebutant à s'exporter. Mais il faut être fier de tous les accents et des différences de la francophonie !

**FFPL : On pense notamment au sous-titrage des films québécois ou des doublages en « français de France ». C'est vraiment quelque chose de très dommage...**

MFG : Oui. Il y a un travail à faire, mais il y a du mieux dernièrement. C'est en exportant de plus en plus nos talents québécois, qu'on fera vivre plus et mieux l'accent et le cinéma québécois à l'international. Il faut créer une brèche qui permettra d'ouvrir une belle porte à la francophonie, dans toutes ses différences.

Public : Je voulais vous féliciter pour tous les efforts qui ont été fait dans les dernières années. Notamment sur le sous-titrage du cinéma québécois, sur la place des distributions francophones partout au Canada. C'est une réelle représentation de la communauté partout au pays ! Un film n'est pas seulement une projection, c'est aussi une fenêtre qui s'ouvre entre les communautés. Merci !

Public : On a beaucoup parlé de cinéma, mais les productions unitaires et les plateformes sont de plus en plus importantes aujourd'hui. Ce serait également une belle opportunité de faire rayonner les productions québécoises. Est-ce qu'il y a des discussions par rapport à ça ? Est-ce qu'il y a une envie au Québec pour développer cet aspect-là ?

**FFPL : Alors là on met le doigt sur quelque chose de très important... Il y a du contenu québécois sur les plateformes, mais très difficilement identifiable. Il y a également la question de la responsabilité et de l'investissement des plateformes. En France par exemple, même si ce n'est pas parfait, il y a un retour d'investissement des plateformes dans l'industrie locale. Ce qui n'est pas le cas au Québec ou au Canada.**

MFG : Aujourd'hui, il y a une espèce de flou autour des plateformes. On craignait que Netflix ou Amazon deviennent des concurrents. Mais finalement il y a comme un *statu quo*, on ne sait pas vraiment ce que ça va devenir. On est un peu dans une phase d'attente et d'observation.

GP : Il faudrait qu'il y ait plus de co-production entre les plateformes (Crave, Netflix, etc.) et les acteurs locaux (CBC, Noovo, TVA, etc..). Mais c'est très compliqué. Il y a eu des essais, mais beaucoup de contrats sont retirés au fur et à mesure, souvent par peur de ce genre d'engagement.

PR : Il y a aussi une incompréhension parfois, car les plateformes ont l'impression, puisque l'on est en Amérique du Nord, que l'on a le même écosystème qu'eux. Mais ce n'est pas du tout le cas ! Le Québec a un fonctionnement qui lui est propre, avec ses sources de financement et ses contraintes. Et il faudrait vraiment qu'ils

comprennent ça. Cela rend le dialogue très difficile, et on aimerait que ces géants soient éduqués à notre réalité pour que l'on puisse faire des choses ensembles.

GP : Il y a encore beaucoup de chemin à parcourir. De tous les bords, mais aussi en tant que « consommateurs » de ces contenus. Il y a pleins de petites choses à faire, chacun de notre côté. Il faut continuer à demander que le français soit présent sur les plateformes. Il faut montrer l'importance de notre demande et de notre talent pour faire rayonner la culture francophone partout où l'on peut.

## **Conférence #2**

### **Lexique 3D : un outil unique**

*Xavier Frédéric (OQLF)*

*Anne Fossier (DNEG – Chargé de projet)*

*Albane Français (Synthèse – Directrice des communications)*

*Alexandre Lacasse (VAX Films – Directeur créatif)*

**Les panélistes présents sont venus discuter de la mise en place d'un nouvel outil : le Lexique 3D, développe par l'OQLF. Pouvez-vous nous présenter la genèse de ce projet ?**

AFr : L'idée est partie du fait que beaucoup d'entreprises implantées au Québec, notamment dans l'animation et dans le jeu vidéo, utilisent des terminologies et des méthodes qui étaient directement importées de Londres, où le domaine s'est développé en premier. On a alors proposé à l'OQLF de lancer un projet, un peu fou et complexe. C'était un peu comme s'attaquer à l'ascension d'une montagne, car il y avait beaucoup à faire.

AFo : On a travaillé avec un linguiste depuis le début, qui s'est beaucoup immergé dans le monde de l'audiovisuel et de l'animation. Il a fait un travail formidable et a rencontré plein de monde pour vraiment cerner les enjeux de chacun des termes afin de proposer des traductions pointues.

L'idée était surtout d'avoir des références pour les professeurs et les étudiants, dès leur formation. Ainsi, il est possible de leur inculquer les bons termes, la bonne terminologie, dès le début de leur carrière.

Chaque terme du dictionnaire est expliqué de manière assez complexe, sous la forme d'un corpus, intégrant les définitions, mais également des renvois vers les classes et les types de mots, vers l'utilisation des termes en contexte, ou encore des exemples de métier associés à chacun des termes.

AFr : Depuis, on a transformé ce corpus sous la forme d'un site web qui permet d'avoir une utilisation attractive et interactive du Lexique 3D.

**Il y a un désir et une envie de mettre en place ce genre d'outils. Mais en réalité, comment la distribution et l'adoption de ces outils a été reçue dans le milieu ?**

AFo : Ça n'a pas été simple évidemment. Comme on peut s'en douter, l'incorporation de nouveaux termes dans le langage courant est quelque chose qui prend du temps. C'est d'abord du côté administratif que cela a été mis en place, notamment dans les institutions gouvernementales, ou chez les producteurs. Ça a été bien reçu, bien compris.

AL : Evidemment au début ça a été dur, car les artistes et les travailleurs du milieu ne voyaient pas l'intérêt d'apprendre et d'utiliser de nouveaux mots, alors que les mots en anglais étaient tout à fait convenables.

Finalement, après une période de sensibilisation, de formation et d'adaptation, les mots en français ont été perçus comme quelque chose de plus fun et de plus ludique à utiliser. Cela a amené beaucoup de débats sur le sens des mots utilisés, peut-être parfois sur le ton de la rigolade, mais finalement c'était le signe que le Lexique était compris et incorporé. Et ça c'était déjà une victoire !

Petit à petit, certains termes sont entrés dans le langage courant, et ça fait vraiment du bien et plaisir pour nous. Beaucoup de gens trouvent que ces mots ont plus de sens et permettent de mieux se comprendre entre nous.

AFo : Le Lexique 3D n'est pas seulement une traduction mot pour mot. Il y a un vrai travail sur les termes choisis en français, c'est vraiment très pertinent. Et ce lexique va sûrement évoluer encore dans les prochaines années.

**Public : Ce travail est intéressant au Québec, car l'on connaît les enjeux liés à la langue française. Mais est-ce que vous voulez ouvrir un volet plus large dans toute la francophonie ? Montréal attire beaucoup de francophones (notamment des Français) et ils peuvent être de très beaux ambassadeurs de par le monde.**

AFr : Il n'y a rien de prévu formellement aujourd'hui. Mais notre Lexique en ligne permet de recevoir des recommandations. Et cela amènera peut-être dans le futur à établir des connexions avec d'autres écosystèmes francophones à travers le monde.

Il y a certes beaucoup de Français, de Belges, etc. Mais il y a aussi beaucoup d'étrangers qui viennent et dont la langue maternelle n'est pas le français. L'utilisation de ce Lexique pourrait être une belle opportunité pour eux d'apprendre le français. On pourrait le voir comme un vecteur d'intégration pour tous les travailleurs de l'industrie.

**Public : Est-ce que vous avez rencontré des bloquants ou des opposants de votre projet pendant sa construction ?**

AL : Oui il y avait des personnes en désaccord avec l'utilisation de ce Lexique. L'expérience était subjective par rapport aux utilisateurs. Des mots faisaient sens pour certaines personnes, mais pas du tout pour d'autres. Alors c'était un peu compliqué d'avoir des feedbacks et des propositions de la part des utilisateurs. On a décidé de prendre les commentaires, mais surtout, on a plus fait confiance au



linguiste qui était capable d'aller chercher dans la sémantique des mots, et donc de proposer des termes qui font du sens.

Alors oui cela a été intéressant d'avoir des suggestions et des feedbacks des gens, mais il y a une limite et il faut aussi que les utilisateurs s'habituent.

**Public : Est-ce qu'il y a des mots où vous n'avez pas du tout trouvé de traduction ?**

AFo : Pour la première version du Lexique : non. On a réussi la mission ! On a réussi à trouver des traductions à tous les termes, sans créer de mots de toutes pièces.

AL : Ça a été tout un travail et on a aussi beaucoup mis l'emphase sur la recherche de déclinaisons de chaque mot, afin de proposer une compréhension et une application la plus efficace et adaptative de chacun des termes, selon le milieu ou le type d'utilisation.

AFo : On a aussi encore du travail pour ajouter plus de mots au Lexique dans les prochaines années. Donc c'est un outil qui va encore beaucoup évoluer.

**Public : Quelle est la proportion de traduction créative (où il y a de la recherche autour de la bonne traduction) vs. une traduction intuitive (que n'importe qui pourrait deviner d'eux-même sur le terrain) ?**

AFo : On a essayé de créer une traduction professionnelle et objective, plutôt que « créative ». Le linguiste a vraiment travaillé fort et on lui a fait confiance. Le but était vraiment d'être efficace.

AL : Le terminologue a réalisé beaucoup d'entretiens avec des professionnels du milieu, comme *input* de ses traductions. Il a observé que beaucoup de termes revenaient, et il a pu s'en servir comme point de référence. Le but était surtout de conscientiser et éduquer les gens. Alors oui beaucoup de traductions peuvent sembler intuitives, mais c'est vraiment pratique pour les artistes par exemple, qui n'ont pas nécessairement le temps et la patience de faire trop.

AFo : Et puis le Lexique n'est pas une autorité. C'est juste une aide. Il n'y a pas de soucis à utiliser d'autres termes. Le point clé reste l'utilisation du français au travail. Le Lexique quant à lui, est plutôt à considérer comme un moyen de lisser et de standardiser l'utilisation de termes du quotidien.

**Public : Est-ce qu'il y a eu des réactions très négatives ? Par exemple, il y a eu une animosité en France face à la volonté d'une revue d'arrêter d'utiliser des termes anglais dans le milieu publicitaire. Ils se sont fait bâcher. Est-ce que ça vous est arrivé aussi ?**

AFo : Non, pas vraiment. C'est un contexte différent au Québec aussi, car il y a une obligation de francisation des entreprises et les gens sont plus éduqués et attentifs au respect du français.

AL : Il y a eu quelques réactions négatives, mais toujours avec le sourire, avec bienveillance. Les réfracteurs avaient surtout peur d'avoir l'air idiot par rapport à

leurs collègues dans l'industrie. Mais au fur et à mesure du développement du projet, les gens se sont rendu compte que ça ne se passait pas comme ça. Et après s'être rassuré, il y a de plus en plus d'investissement de la part des gens. Ils font de plus en plus confiance au projet et comprennent son bel objectif. Les gens sont vraiment volontaires désormais et veulent participer au projet ! Ça va vraiment de mieux en mieux.

**Public : Vous semblez être dans une étape de socialisation et de sensibilisation. Après ça, est-ce qu'il y aurait un bénéfice à avoir une inclusion du Lexique aux outils de développement, comme par exemple avoir des logiciels en français ?**

AFo : Il n'y a pas de discussions pour l'instant, mais effectivement ce serait une vraiment belle chose. Ce serait une belle perspective pour l'évolution du projet.

**Public : Si cela se fait, il faudrait un accompagnement pour les professionnels. Car souvent quand l'interface et les menus d'un logiciel que l'on utilise au quotidien changent, on est perdus. Donc ce serait une chose à vraiment faire, et j'imagine que ce pourrait être un mandat pour l'OQLF dans le cadre de la francisation.**

AFr : Il y a aussi un réel intérêt du Lexique par rapport à ça, car l'IA a prouvé être inconsistante pour la traduction des termes en français, lorsqu'ils étaient trop spécifiques. En fait, les termes sont toujours traduits différemment, et cela peut être très confus pour les utilisateurs. Alors on pourrait penser à des extensions web par exemple, pour permettre de trouver facilement ses mots et de les standardiser surtout.

XF : Les outils qu'on développe donnent un cadre et une obligation aux entreprises. Certes le Lexique est juste un outil d'aide, mais il ne faut pas oublier que dans le contexte québécois il y a une obligation pour les entreprises de permettre à leurs employés de travailler en français. Alors oui, il pourrait y avoir une obligation d'offrir des logiciels en français par exemple. Mais on n'en est pas encore là ! Mais le Lexique va pouvoir aider et faciliter le travail des développeurs de logiciel. Dans la réalité, cela va prendre du temps et chaque acteur du milieu ne se développe pas à la même vitesse.

**Dernier point qui est très intéressant et qu'on voulait vraiment aborder, c'est celui de l'écriture inclusive. Est-ce que l'OQLF propose des outils pour faciliter la rédaction de textes neutres et inclusifs dans le cadre professionnel (e.g. courriel, etc.).**

XF : C'est un sujet en grande évolution actuellement. L'OQLF prend des positions, qui sont des recommandations et des bonnes pratiques. L'Office recommande la formulation neutre et épicène, qui n'est pas binaire. Dans la pratique, on incite à utiliser des tournures de phrases qui évitent l'énumération genrée dans nos rédactions, ou des nouvelles formes d'accord. Ces formulations, typiquement avec des tirets ou des points, ont tendance à allonger beaucoup les rédactions et à rendre

la lecture plus difficile. Alors on recommande plutôt d'éviter ces pratiques et de favoriser les tournures neutres. Ce n'est pas toujours possible et évidemment, le style d'écriture doit être adapté au contexte. Et les recommandations peuvent évoluer très vite, surtout sur ce genre de sujets.

Il faut rester créatif et bienveillant dans notre manière de rédiger. Ça fait partie du côté ludique dont on parlait précédemment. C'est très intéressant de participer à l'évolution de la langue.

### **Conférence #3**

#### **Les enjeux de l'utilisation du français au sein des entreprises de diffusion de cinéma au Québec**

*François Pier Pelinard-Lambert (Le Film Français – Modérateur)*

*Isabelle Sullivan (Belle Média – Directrice stratégie de programmation)*

*Daniel Seguin (Cinéplex – Directeur)*

*Roxanne Sayegh (Cinéma Beaubien – Directrice)*

*Nadine Dufour (Télé-Québec – Vice-présidente)*

**FPPL : Pour cette 3<sup>e</sup> conférence de la journée, on a le plaisir d'accueillir un panel très divers, avec des représentants de tous les horizons de la diffusion audiovisuelle au Québec. Nadine Dufour représente Télé-Québec, un diffuseur traditionnel mais non arriéré ; tandis qu'Isabelle Sullivan représente les nouveaux acteurs tels que les plateformes comme Crave (dirigé par Bell Media). Côté distribution en salle de cinéma, Daniel Seguin représente le gros diffuseur Cinéplex, tandis que Roxanne Sayegh est plutôt du côté « cinéma art et essai » en représentant le Cinéma Beaubien (mais aussi les Cinémas du Parc et du Musée).**

RS : [Présentation rapide de la particularité des 3 cinémas Beaubien/Parc/Musée]

On diffuse majoritairement des films québécois et français au Beaubien. Pour le cinéma du Parc, on essaie toujours d'avoir des sous-titres français pour les films étrangers et des sous-titres anglais pour les films québécois. C'est vraiment un défi pour nous, mais c'est notre crédo, c'est quelque chose qui nous tient vraiment à cœur.

**FPPL : On voudrait parler d'une particularité assez nouvelle : celle des films de plateforme. Certains sont réalisés par de grands réalisateurs, et peuvent être présentés dans les festivals MAIS n'ont pas le droit par la suite d'être diffusés en salle. Comment gérez-vous cela ?**

DS : On s'est aperçu que ce schéma ne fonctionne pas pour les producteurs. Finalement, on se rend compte qu'il y a toujours besoin d'une diffusion en salle pour avoir un rayonnement des œuvres produites par les plateformes. On ne coupera pas à la tradition des sorties salles pour faire un grand film.

IS : Chez Crave on est plutôt dans le schéma inverse : on préfère diffuser des films après leur diffusion et leur rayonnement en salle. C'est ce qu'on pourra qualifier de « seconde diffusion ».

**FPPL : Nadine, comment définiriez-vous votre place dans le cinéma par rapport à la production et la diffusion du cinéma québécois ?**

ND : On est une télévision très grand public, mais la majorité de la diffusion qui marche chez nous, ce sont les productions originales. Parmi tout notre catalogue, c'est sûr que ce sont les émissions qui fonctionnent le mieux, mais on a aussi une très belle case pour les films.

Malheureusement, à cause de notre budget limité, on ne peut pas investir beaucoup d'argent dans la production de films. On fait plus de travail sur la diffusion de films qui ont déjà une notoriété. Nous sommes aussi des second, voire troisième diffuseur.

Et puis un dernier point très important est que la majorité de notre budget va pour les contenus jeunesse car cela représente une bonne majorité de notre public.

RS : Par curiosité, est-ce que Télé-Québec se retrouve en classe avec les enfants ?

ND : Oui bien sûr ! Il y a une plateforme spécifique qui permet aux enseignants de trouver du contenu produit par Télé-Québec qui s'adapte aux programmes éducatifs.

**FPPL : Comme dans beaucoup de pays à travers le monde (France, Angleterre, Australie), il y a une volonté ou des discussions pour fusionner les 2 chaînes de télévision publique. Est-ce que c'est le cas pour Télé-Québec et Radio-Canada ?**

ND : Non pas du tout, ce sont 2 entités très différentes. On a un statut particulier au Québec, et on est fier de ça. On fait beaucoup de partenariat, notamment avec Radio-Canada, pour diffuser nos contenus. Mais il n'y a pas du tout de discussion autour d'une fusion. Ce ne serait pas vraiment intéressant, ni pour nous, ni pour Radio-Canada.

**FPPL : Côté plateforme comme Crave, est-ce qu'il y a des obligations par rapport à la diffusion que vous avez du mal à rencontrer ?**

IS : Il n'y en a pas beaucoup aujourd'hui. Ça nous tient à cœur de proposer beaucoup de contenu québécois ou francophone, alors s'il y avait des contraintes par rapport à ça, ce ne serait sûrement pas trop un problème pour nous.

Côté films étrangers, notre public, à l'inverse de Télé-Québec, est plus friand des contenus en langue originale avec des sous-titres. Donc on propose cela en même temps que la version doublée. Mais parfois, s'il n'existe même pas de version doublée, mais qu'on considère que la production a de l'importance, on décide de tout de même la diffuser.

**FPPL : Comment fonctionnez-vous chez Crave pour aider/participer à la production des films ?**

IS : On se place plutôt sur la fenêtre du visionnage, c'est-à-dire que l'on achète les droits de diffusion de films après leur diffusion en salle. Mais avant le passage aux diffuseurs conventionnels gratuits comme Télé-Québec. Donc on ne finance pas directement la production de ces films. On ne finance que la réalisation de nos contenus originaux.

**FPPL : Chez les grands distributeurs à majorité anglophone comme Cinéplex, comment faites-vous pour gérer la place du cinéma québécois ? Même si des films québécois sont diffusés, comment vous assurez-vous que les heures de diffusion, par exemple, sont adaptées pour permettre une bonne accessibilité au cinéma francophone.**

DS : On travaille surtout avec le principe de l'offre et la demande. C'est sûr que les films québécois ont une belle place, et en plus c'est pratique pour nous car ils coûtent moins cher à la diffusion (pas de visa international).

Et puis la demande évolue. Même au Quartier Latin, on commence à avoir des demandes de films américains en version originale. A l'inverse, on commence à diffuser du cinéma québécois avec des sous-titres anglais dans des parties de la ville très anglophones. Alors on n'a pas à s'en faire sur la représentation du cinéma québécois : il a une belle place, et va la garder !

RS : De notre côté, on a par exemple un ratio de 10% de cinéma de propriété québécoise à respecter pour bénéficier d'aides de la Sodec. Donc on essaie de s'y tenir (facile au Beaubien, moins au Parc), mais ce n'est pas non plus ce pourquoi on mettra plus en avant le cinéma québécois. C'est notre crédo de toute façon, donc évidemment que le cinéma québécois aura toujours une belle place.

Mais la question est toujours côté budget...

**FPPL : Evidemment, quand on voit tout le budget déployé en France pour la production, toutes les aides pour les salles, etc... C'est un peu un eldorado pour le cinéma francophone. Est-ce que vous diriez à l'inverse qu'au Québec qu'il y a un manque de budget et d'aide ?**

RS : Oui évidemment, on n'a jamais assez de budget (rires). On a la chance de ne pas trop dépendre de ça et d'être une entité stable. Mais on voit bien qu'à Montréal il y a très peu de cinémas... Et c'est vraiment dommage. Ce sont les petites et nouvelles salles qui en pâtissent le plus. C'est quasiment impossible aujourd'hui de partir une nouvelle salle, parce qu'il n'y a aucune aide de la part des organismes, des instances ou du gouvernement. Et que les loyers et les droits de diffusion sont trop chers...

**FPPL : Est-ce que le succès actuel des productions québécoises est une aubaine des grèves américaines ? Ou est-ce que c'est qu'il y a vraiment un engouement nouveau pour le cinéma québécois ?**

IS : Pour Crave, je ne dirais pas que ce soit à cause des grèves. Comme nous sommes décalés, on recevra le choc un peu plus tard. Côté série, c'est un peu

mitigé car ce sont 2 publics différents. Dans tous les cas, il faut dire que les productions québécoises sont vraiment très bonnes dernièrement. Donc c'est ça le vecteur principal de leur succès.

DS : Je suis d'accord avec ça. Certes on observe dans les Cinéplex l'absence de certains films américains très attendus (e.g. Dune de Denis Villeneuve, etc...), mais cela a été bénéfique à d'autres films américains qui ont été totalement inattendus et qui ont très bien fonctionnés (e.g. biopic sur Taylor Swift). Le succès du cinéma québécois cet automne est donc essentiellement dû à sa grande qualité !

RS : Évidemment qu'on voit un petit trou (par exemple au Cinéma du Parc) dans les productions américaines, mais oui le succès des films québécois doit surtout à son renouveau, à des nouveaux réalisateurs très talentueux.

C'est une belle chose qu'on va voir évoluer dans les prochaines années. Ce n'est qu'un début. On voit aujourd'hui de plus en plus de réalisatrices très talentueuses au Québec, et c'est le fruit d'un changement de cap il y a 5 ou 10 ans chez les producteurs, qui ont encouragé les femmes à se lancer dans la réalisation. Alors pour le cinéma québécois dans sa globalité, c'est seulement un début d'ascension, qu'on va également observer sur les prochaines 5 ou 10 années à venir.

**FPPL : Si vous aviez un souhait pour que la diffusion du cinéma francophone/québécois aille mieux, ce serait quoi ?**

IS : La *découvrabilité*. On fait des beaux contenus, mais le plus gros défi c'est de faire comprendre aux gens extérieurs qu'il faut qu'il regarde le cinéma québécois, sans qu'il soit enseveli sous le contenu international.

DS : Pour Cinéplex, le gros enjeu c'est la rénovation des salles, car nous voulons que l'écoute de beaux contenus soit une vraie expérience sociale. Que ce ne soit pas seulement regarder du contenu sur un écran avec des écouteurs. On veut s'assurer que les gens aient de l'envie et du plaisir à venir en salle. Que ce soit quelque chose de supérieur que rester chez soi.

RS : Voir de nouveaux cinémas de quartier partout à Montréal.

**FPPL : Pourquoi ce n'est pas possible ?**

RS : C'est trop cher. Que ce soit le prix de l'immobilier ou le manque d'aide financière... Ce n'est pas possible de mener à bout ce genre de projet. Mais cela va peut-être renaître car on est de plus en plus dans une dynamique de « petite échelle ». Les gens aiment de plus en plus les expériences dans les petits complexes, plus intimistes. Alors peut-être que de beaux projets de nouvelles salles vont émerger de ces envies. Cela fait partie de renouveau du cinéma au Québec

ND : Mon souhait serait que les puissances des plateformes étrangères comme Netflix ou Amazon soient contraintes à investir dans nos productions locales, comme cela est en train d'être mis en place en Europe.

La prochaine crise à prévoir aussi est celle de la donnée, car les plateformes ont une bien meilleure gestion que nous. Il va falloir que nous nous mettions à la page pour ne pas nous faire enterrer par les plateformes.

**Public : Pour le public intéressé par le cinéma québécois mais qui n'a pas accès ou qui n'est pas intéressé par les salles, comment fais-t-on pour lui offrir le film, sans qu'il se retrouve sur une plateforme obscure ? Comment s'assurer de bien profiter du *momentum* de la publicité des films lors de sa sortie en salle ?**

DS : Aujourd'hui on a tendance à garder les films moins longtemps en salle. On essaie de maximiser les 2 premières fins de semaine, qui sont la plus grosse part du box-office. Mais il y a aussi la pression des plateformes qui ont parfois des droits seulement quelques semaines ou mois après la diffusion en salle. Donc on n'a plus vraiment intérêt à le diffuser en salle après ça. C'est un peu un jeu d'équilibre aujourd'hui, mais les choses sont beaucoup en train de muter, on va voir comment cela évolue dans les prochaines années.

## Atelier

### **Les bonnes pratiques de l'usage du français sur le territoire québécois**

*Xavier Frédéric (OQLF – Présentateur de l'atelier)*

XF : L'office est une sorte de coordinateur autour de la francisation au Québec. Je suis coordinateur auprès des entreprises, pour faciliter et les accompagner dans leurs démarches de francisation. Un gros travail a été fait dans l'industrie du cinéma et de l'animation, qui est un milieu très anglophone par définition. Le but est d'appivoiser les droits linguistiques des travailleurs pour respecter les contraintes du contexte québécois et d'assurer le rayonnement de la francophonie dans l'industrie du cinéma. On veut accompagner toutes les entreprises, petites ou grandes, à faire rayonner le français ou à s'établir dans le contexte québécois.

La culture est un excellent moyen de promouvoir la langue française, alors c'est d'autant plus important pour nous de travailler dans l'industrie du cinéma.

**Public : Il y a un bémol sur l'utilisation de votre outil, car il y a besoin d'écouter toutes vos capsules pour appréhender les mots que l'on cherche. Il faudrait qu'on ait plus directement la correspondance entre les termes anglais et leurs substituts en français. Est-ce qu'il y a un projet en cours pour que les outils soient plus simplement utilisables ?**

XF : Les capsules dont vous parlez ne sont que la promotion du Lexique 3D. Mais ce n'est pas le Lexique en soi. Comme nous l'avons présenté ce matin en conférence, il existe désormais une application web qui permet de chercher les mots du Lexique 3D avec un moteur de recherche. La « vitrine linguistique » est dans sa globalité nouvellement disponible sur application mobile. Il est alors possible de trouver directement via le moteur de recherche intégré les traductions ou correspondances.

**Public : Est-ce que vous mesurez le taux d'utilisation et de mobilisation autour du projet ? Connaissez-vous la pénétration de vos outils dans l'industrie ? Et surtout ... Est-il possible d'imaginer que nos médias ou que d'autres institutions (ex. les politiques) soient mises à la page de ce genre d'enjeux ?**

XF : Nos outils sont évidemment développés pour atteindre le plus grand monde possible, mais ce ne sont que des documents à valeur informative. Nous ne sommes pas une instance capable d'obliger les entreprises à utiliser le Lexique. Mais les lois québécoises de droit d'utilisation du français au travail vont faire leur chemin pour implémenter nos outils dans le paysage de l'industrie du cinéma.

**Public : Oui mais parfois, il est difficile de reprendre le langage d'une personne adulte, par exemple un collègue, en le corrigeant sur sa manière de formuler. Est-ce qu'il y aurait des conseils ?**

XF : Le travail de l'office est loin d'être suffisant par lui-même, c'est aussi un enjeu de société. L'office demande la contribution du milieu et des entreprises à cela. C'est un effort qu'il faut faire tous ensemble. De ce qu'on a pu entendre ce matin en conférence, il semble que les gens vont s'habituer petit à petit à l'utilisation de nouveaux termes. Il faut donc aussi faire preuve d'un peu de patience.

**Public : Parfois on voit l'utilisation du français comme un handicap, un obstacle. Mais c'est aussi important de considérer que le Canada est un territoire bilingue, et qu'il est plus avantageux de parler les 2 langues (ou plus). Il serait alors peut être également intéressant de mettre en avant, non pas seulement l'utilisation du français, mais le bilinguisme.**

**Public : Pareillement chez les communautés francophones partout au Canada, il y a une sorte de discrimination par rapport aux francophones. On décrit souvent cela comme une « instabilité » par rapport à la langue. Comment l'OQLF pourrait influencer les autres territoires canadiens pour faciliter l'accès et l'acceptation du français au pays ?**

XF : En tant qu'office provincial, ce n'est malheureusement pas notre mandat que de rayonner partout au Canada. Certes nos outils sont disponibles et reconnus mondialement. Il est donc libre à tous de les utiliser. Mais nous n'avons pas de pouvoir à l'extérieur des frontières de la province.

**Public : Oui mais l'OQLF agit comme une référence au Canada par rapport à la langue française. On ne parle pas de loi, mais de rayonnement. Je pense que vous avez tout de même une obligation politique par rapport aux autres communautés francophones. Il faudrait pourquoi pas proposer un projet pilote qui permette de faire rayonner la mission de l'office en dehors du Québec.**

**Public : J'ai une société de distribution, et la majorité de ma clientèle est internationale. J'ai de la misère à inclure partout le français dans mon travail, car cela serait mal perçu par mes clients (e.g. adresse courriel avec « sales » plutôt que « ventes »). Comment est-il possible de rejoindre une bonne éthique**



**dans un contexte où je finis par produire la majorité de mes contenus en anglais ?**

XF : Effectivement tout est question de contexte et de public-cible. On comprend bien qu'il est inutile d'envoyer une infolettre en français si 99% des clients sont non-francophones. Mais par exemple, même si le contenu produit est en anglais, il est possible d'intégrer le français au cadre du travail (e.g. méthodes de travail, rapport entre collègues, etc..) sans que le produit final ne soit en français. C'est déjà un gros point pour « l'éthique » dont vous parliez.

**Public : Il est aussi toujours possible de faire la promotion de la langue française dans nos contenus, même si cela ne représente qu'une petite partie de notre auditoire. Par exemple, faire des versions bilingues pour les infos-lettres, même si cela n'est utile que pour une petite partie de la clientèle. La *visibilisation* du français reste un enjeu de taille.**

**Public : On est très souvent amené à écraser le français devant l'anglais, à partir du moment où quelques personnes sont anglophones autour de la table. Alors que parfois, certains interlocuteurs savent (à défaut de le parler) recevoir le français. En considérant que tout le monde n'est pas bilingue dans un sens ou dans l'autre, il serait intéressant d'intégrer la bienveillance, et d'être capable de s'exprimer en même temps dans les 2 langues. Par exemple, sur des sujets sensibles au travail, je peux avoir du mal à m'exprimer complètement sincèrement en anglais, ce qui rend ma position compliquée. Il faudrait intégrer plus de souplesse dans nos rapports entre collègues pour mieux inclure le français.**

**En définitive, cela reviendrait à ajouter de la bienveillance et de la tolérance. On pourrait s'inspirer des rapports bienveillants qu'on peut voir dans les communautés de la diversité ou autochtone (e.g. flexibilité sur les pronoms, demande sur lequel utilisé avant de s'adresser à la personne, etc.)**

XF : Ça malheureusement, c'est la responsabilité de l'entreprise de mettre en place des mesures afin de permettre une sécurité linguistique pour chacun.

Il faut comprendre que même les entreprises anglophones, si elles établissent un bureau au Québec, ont la volonté (ou se doivent) d'établir un cadre de travail où il est possible de travailler en français.

Pour les entreprises de + de 25 employés, le français doit être utilisé dans les activités professionnelles. Mais cela reste paradoxal car c'est entièrement la responsabilité de l'employeur. On n'a pas vraiment de mainmise là-dessus, ni de manière de contrôler. Mais il est indéniable que cela fait partie du droit des travailleurs.

**Public : On peut voir que cela est très compliqué dans de grandes entreprises (ex. en finance, en ingénierie, etc.). Et on voit que le contexte international est complexe à gérer pour les entreprises.**

XF : Oui la francisation reste très compliquée dans les grandes entreprises. Elles sont suivies de très près, notamment par l'OQLF, car elles doivent toutes obtenir un certificat de francisation. On essaie, dans la mesure des ressources disponibles, de s'assurer que la loi québécoise est respectée. Mais au-delà, il s'agit de respecter le droit et la confiance au travail de tout le monde.

C'est également important de ne pas négliger le droit à l'aisance au travail et à la visibilité des employés francophones. Si l'on ne donne pas la chance à chacun de communiquer au maximum de ses capacités, dans sa langue, cela revient finalement à censurer la voix des employés.