



FILM
LAURENTIDES



RAPPORT

ANNUEL 2020



CONSEIL D'ADMINISTRATION

- Paul Calce, **Président** | *Directeur général – Corporation de développement économique de la MRC des Laurentides*
- Diane Beaudry, CPA.CA, IAS-A, **Vice-présidente et trésorière** | *Présidente – Conseil Projection Inc.*

Administrateurs :

- *Lise Corriveau, Retraitée Téléfilm Canada, Direction des marchés internationaux*
- *Éric Pelletier, Directeur général adjoint, MRC d'Argenteuil*
- *Pierre Desjardins, Président, Desjardins & Deschamps Construction*
- *Natacha Brisson, Directrice générale, TVBL - Télévision des Basses-Laurentides*
- *Michel Murdock, Vice-Président à la direction, Hybride Technologies*
- *Josiane Villeneuve, Chargée de communications, Ville de Saint-Jérôme*

PARTENAIRES



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Québec 



138

dossiers analysés

23

tournages

1 M\$

en retombées directes

21

productions
québécoises

2

productions
étrangères

3

longs-
métrages

2

courts-
métrages

5

vidéoclips

7

publicités

6

séries



RÉSULTATS OBTENUS

LISTE DES TOURNAGES



- Blood and Treasure, CBS (Deux-Montagnes)
- Crépuscule pour un tueur, Productions Megafun (Rivière-du-Nord)
- Deuxième chance, Zone 3 (Mirabel)
- Faits divers, Sovimage (Thérèse-De Blainville)
- Home Alone, Disney (Thérèse-De Blainville)
- La Faille saison 2, Pixcom (Deux-Montagnes)
- Le chemin se fait en marchant, Jérôme Arowas (Laurentides)
- Les beaux malaises, Encore télévision (Pays-d'en-Haut)
- Lorsque le cœur dérange, Philippe Cormier (Antoine-Labelle, Laurentides, Rivière-du-Nord)
- Oxymore, Philippe Goulet (Argenteuil)
- Photoshoot Aubainerie, Marcel Production (Argenteuil)
- Photoshoot Aubainerie Blümind, Marcel Productions (Argenteuil)
- Publicité Amazon, Les Enfants (Rivière-du-Nord)
- Publicité Couche-Tard, Colossale (Thérèse-De Blainville)
- Publicité Helix, Videotron (Deux-Montagnes)
- Publicité Vidéotron, Quebecor (Deux-Montagnes)
- Publicité Vidéotron, Colab Studio (Thérèse-De Blainville)
- Sans relâche, KOTV (Rivière-du-Nord)
- Vidéoclip Hologramme, Cindy Andrey (Pays-d'en-Haut)
- Vidéoclip Lova, Agence Elliot (Argenteuil et Mirabel)
- Vidéoclip Rymz, Agence Elliot (Deux-Montagnes et Mirabel)
- Vidéoclip Tambour, Telescope Films (Argenteuil)
- Vidéoclip Vendou, Louis-Emmanuel Gagné-Brochu (Laurentides)

REPRÉSENTATION

FESTIVALS ET MARCHÉS



- Rendez-vous Québec Cinéma, mars 2020
- Festival de Cannes, juin 2020
- Frontières@Fantasia, juillet 2020
- Festival de film international de Toronto (TIFF), septembre 2020
- Festival du Nouveau Cinéma, octobre 2020
- MIPCOM, octobre 2020
- CINÉMANIA, novembre 2020
- Gala-bénéfice Femmes en cinéma, télévision et médias numériques (FCTMN), décembre 2020
- FOCUS, décembre 2020
- Festival Pleins Écrans, janvier 2021
- Prime Time Ottawa, février 2021
- Rendez-vous de l'AQPM, février 2021
- Berlinale, mars 2021
- 7 visites de plateaux de tournage

REPRÉSENTATION

Comités

- Comité Live-Action du BCTQ
- Comité des Bureaux régionaux de la province de Québec
- Regroupement des Bureaux de cinéma et de télévision du Canada (QFTC)
- Comité relève du FCTMN

BUREAU DU CINÉMA ET DE
LA TÉLÉVISION DU QUÉBEC

MONTRÉAL



PROMOTION



Tournées de familiarisation en réalité virtuelle

Tous les ans, le BCTQ organise quatre tournées de familiarisation auxquelles sont conviés jusqu'à cinq producteurs étrangers. Traditionnellement, pendant une semaine, ceux-ci participent à une série de visites et de rencontres, incluant une journée dans la région des Laurentides. L'organisation de ces tournées physiques se révélant impossible dans la situation actuelle, le BCTQ et ses partenaires ont innové en proposant une nouvelle formule.

Film Laurentides a ainsi participé à la création d'une expérience de production de réalité virtuelle immersive produite par le BCTQ et réalisée par UNL TD. Ce nouvel outil a été créé afin de permettre aux producteurs américains de découvrir les nombreux atouts de la province.

Plus d'une douzaine de lunettes de réalité virtuelle a ainsi été offerte à des producteurs américains des plus grands studios : Marvel Studios, Apple TV, Universal Content Productions, A24, CBS Television Studios, Skydance, Universal 1440 Entertainment, John Wells Productions, A & E Studios... La production immersive en RV leur a permis de découvrir l'offre globale audiovisuelle de la Province de Québec tout en restant dans le confort et la sécurité de leur demeure à Los Angeles.



POLITIQUE DE TOURNAGE

Considérant les nombreux facteurs d'attractivité du territoire, l'implication des municipalités qui reçoivent des demandes d'autorisation de tournage est un atout important dans l'accomplissement de la mission de Film Laurentides. Dans ce contexte et dans un esprit de franche collaboration, Film Laurentides a lancé en avril 2020 une invitation aux divers intervenants des municipalités chargés de recevoir des demandes d'autorisation de tournage. Film Laurentides a tenu 5 rencontres qui ont réunies une vingtaine de municipalités et 6 directions de MRC.

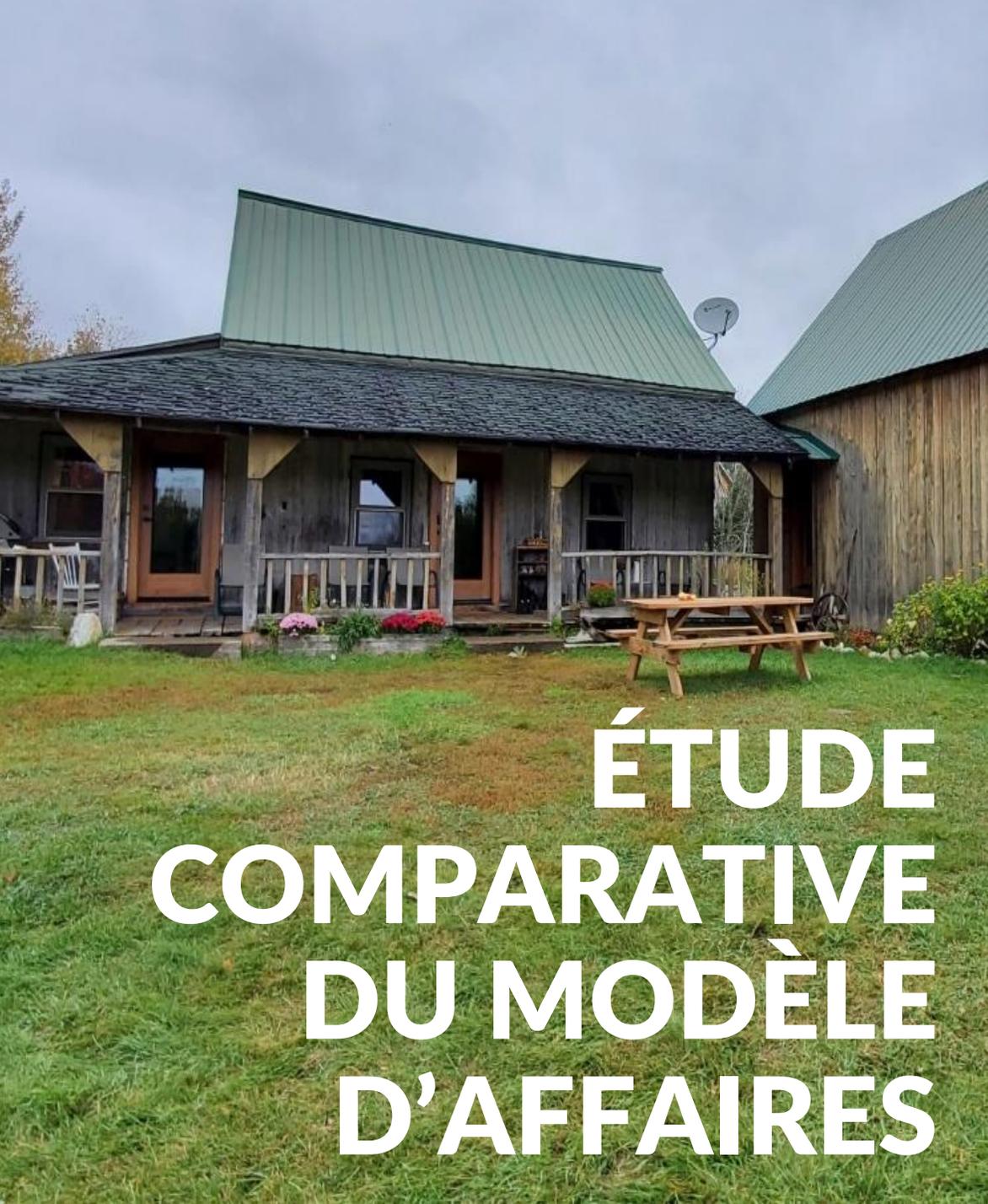
D'intéressantes initiatives ont été proposées et sur cette base, Film Laurentides a procédé à l'analyse des formulaires et politiques de tournage qui existent déjà ici et ailleurs au Québec dans le but de cibler les meilleures pratiques et de proposer un outil de travail qui assure une certaine homogénéité. L'objectif de cette démarche consiste à faciliter le travail des intervenants municipaux, favoriser l'accueil des équipes de tournage tout en préservant bien sûr la qualité de vie des citoyens et commerçants.

Le projet de formulaire et politique de tournage est le résultat de cette analyse et constitue un point de départ afin de poursuivre au cours des prochains mois les discussions entamées.

ÉTUDE D'IMPACT ÉCONOMIQUE

Si on résume sommairement les résultats énoncés, on constate qu'entre 2009-2013 et 2014-2018:

- Les dépenses directes effectuées dans la région ont augmenté de 42%
- Le nombre de nuitées a augmenté de 78%
- Le nombre de tournages a augmenté de 30%
- 78% sont des productions entièrement québécoises
- 19% sont des productions étrangères
- 3% sont des coproductions
- 40% des tournages étrangers et coproductions qui s'installent à Montréal tournent dans la région
- 64% des dépenses directes effectuées sont liées à la location des lieux de tournage et frais afférents
- 36% sont des dépenses d'hébergement, restauration, alimentation et autres types de fournisseurs de biens et services privés et publics
- Les dépenses directes effectuées au cours des 5 dernières années s'élèvent à 9.2 M\$



ÉTUDE COMPARATIVE DU MODÈLE D'AFFAIRES

Cette étude permet de faire d'intéressants constats, notamment:

- 69% des organisations agissent en tant qu'OBNL
- 69 % sont en activité depuis plus de dix ans
- 92 % reçoivent un financement du gouvernement provincial
- 54% ont des revenus provenant du gouvernement fédéral
- 38 % reçoivent des fonds régionaux
- 53% doivent pouvoir compter sur les partenaires privés
- 62% ne génèrent aucun revenu autonome
- Toutes les organisations offrent leurs services gratuitement
- Les éléments inclus aux calculs des retombées économiques de chaque organisation ne sont pas standardisés, ce qui explique en partie les écarts.

ÉLÉMENTS DE VISIBILITÉ

— Bande-annonce
— Réseaux sociaux
— Infolettres et communiqués
— Membership



ACADÉMIE
CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION



BUREAU DU CINÉMA ET DE
LA TÉLÉVISION DU QUÉBEC
MONTRÉAL



REVUE DE PRESSE

- 10 articles de presse locale
- 15 articles de presse nationale et revues spécialisées
- 6 entrevues télévisées (télévision régionale)