



**Mémoire de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision - section Québec
en date du 10 novembre 2024**

présenté par la directrice générale, Chantal Côté

Introduction

Dans ce court mémoire, nous avons choisi de répondre aux questions 4 et 5 combinés soit : **Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écrans ; et Améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et diffusion, tant dans les espaces tant traditionnels que numériques.** Ces deux questions sont très près de notre mission qui est de faire rayonner les contenus et les talents d'ici en cinéma, en télévision et en médias numériques.

4) Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écrans

Développer des mécanismes permettant une distribution judicieuse des œuvres sur tous les types d'écrans, qu'il s'agisse de cinéma, de télévision ou d'écrans connectés. Garantir aux Québécoises et aux Québécois un accès facile aux contenus audiovisuels produits ici et financés avec des fonds publics.

a. À court terme, quelles sont les trois actions que le Québec devrait prioriser pour atteindre cet objectif ?

Pour atteindre cet objectif, il serait nécessaire que les diffuseurs de télévision traditionnels proposent simultanément leurs contenus à la fois sur le web et à la télévision, afin de maximiser l'impact et la visibilité lors du lancement d'une série ou d'une émission. Les efforts promotionnels devraient être déployés de manière coordonnée sur toutes les plateformes, plutôt que de se limiter à la télévision, afin de toucher un public aussi large que possible. Il est crucial de décroisonner la télévision et le web et de considérer le contenu audiovisuel pour sa valeur, indépendamment du support de diffusion.

Une autre mesure à envisager pour atteindre cet objectif serait de la part des diffuseurs publics (Télé-Québec et Radio-Canada), qui pourraient s'impliquer dans les écoles primaires et secondaires en présentant gratuitement des films et des séries, même s'ils datent légèrement. Il n'est pas indispensable de proposer des nouveautés pour capter l'intérêt des jeunes; il est avant tout essentiel de leur faire découvrir ces œuvres pour qu'ils puissent s'y intéresser. En littérature, les enseignants de français imposent des œuvres d'ici pour évaluer la compréhension des élèves ; pourquoi ne pas faire de même avec un film ou une série en plusieurs épisodes? Puisque le cinéma et la télévision constituent une part importante de notre identité culturelle, intégrons-les dans les programmes scolaires pour éveiller cet intérêt dès le plus jeune âge.

Quelques articles intéressants :

- [Les séries TV, de simples divertissements à outils d'éducation populaire](#), RTS, 30 janvier 2023
- [Comment puis-je utiliser la télévision et les films pour enseigner à mes enfants l'éducation aux médias?](#) ParentCo., 24 mars 2017
- [Trois films pour outiller les jeunes à l'occasion de la Journée internationale des droits de la personne](#), blogue.onf.ca, 4 décembre 2023

b. À moyen et long terme, quelle est votre vision d'avenir en lien avec cet objectif ?

Si l'ensemble de l'industrie se mobilise, faisant preuve d'une grande ouverture et de flexibilité quant aux droits de diffusion pour permettre l'accès aux contenus dans les établissements scolaires, nous pourrions au moins affirmer que des efforts substantiels ont été faits à la source pour remédier au manque d'intérêt.

Quant au financement public, limité à la production, nous craignons que cela ne soit insuffisant. Il sera nécessaire de trouver des moyens d'inclure les plateformes étrangères dans le financement de la production locale, ou encore d'inciter les câblodistributeurs et les fonds privés à reconsidérer leur contribution. Si leur engagement minimal actuel correspond à 1 % de leurs revenus annuels et que l'abonnement au câble diminue, il serait sans doute pertinent de solliciter une contribution de 1 % minimum, mais cette fois sur les revenus issus de la vente de services internet. Cela permettrait de renflouer considérablement les fonds. Puisque la transition vers le numérique s'impose pour la diffusion, elle doit également s'appliquer aux sources de financement.

Éducation et intérêt pour notre industrie chez les jeunes

Des programmes comme ceux-ci: <https://www.afterschoolfilm.ca/> et <https://www.sislercreate.com/post-high-program/> pourraient aussi servir notre industrie audiovisuelle au Québec pour intéresser les jeunes à la production de séries et au cinéma.

5) Améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et diffusion, dans les espaces tant traditionnels que numériques

Une autre action serait d'offrir des expériences au grand public québécois en lien avec les contenus comme les films ou les séries télé. Des expériences qui dépassent la diffusion et la promotion traditionnelle destinées au public. Il faut renouveler le public avec de nouvelles expériences qui sortent du cadre traditionnel. L'Académie travaille actuellement sur un événement qui permettrait de faire la promotion des contenus d'ici, en offrant au grand public la possibilité d'assister au visionnement de séries télévisées en primeur dans une salle



de cinéma avec un accès aux comédien.ne.s et aux artisan.e.s avant la diffusion. Un tapis rouge grand public qui offrira une expérience différente et qui créera de potentiel.le.s ambassadeur.rice.s de la série ou du film (fan experience) . Nous allons tester ce concept le 3 décembre prochain avec une série québécoise. Il s'agit d'un outil de découvrabilité et de promotion de nos contenus d'ici qui pourrait prendre une plus grande ampleur et se déployer éventuellement sous la forme d'une semaine de la télé (titre à déterminer) où à chaque jour un diffuseur pourrait offrir une expérience primeur d'une série sous forme de tapis rouge suivi d'une prise de photo et d'échanges avec les créateur.rice.s de la série.

On pourrait aussi proposer des expériences pour des saisons subséquentes ou des séries cultes de notre télé ou de notre cinéma. Il faut la collaboration et la volonté des producteur.trice.s et des diffuseurs pour que ce soit possible et du financement mais cela s'inscrit dans la mission de l'Académie.

Accédez aux coulisses d'une série et avoir accès aux créateur.trice.s, comédien.ne.s semblent séduire le public américain, c'est une tendance qu'on observe de plus en plus aux États-Unis. Ces derniers veulent avoir le sentiment de participer à la série et pas uniquement la regarder. En leur permettant de jouer un rôle actif dans leur série et plateaux de tournage préférés, les marques renforcent le lien émotionnel des fans avec leurs programmes et encouragent les nouveaux venus à les regarder.

L'Académie pourrait aussi mettre en place une programmation de deux jours de visionnements grand public de séries télé, un peu comme Série Mania le fait en France et également mettre en place un marché de la télé avec des rendez-vous pro, à condition d'avoir le soutien financier qui le permet, juste avant les galas des prix Gémeaux. La marque des Gémeaux est assez forte au Québec pour créer un festival ou semaine de la télé et faire rayonner notre contenu ici et attirer des acheteurs internationaux. Nous avons déjà échangé de notre côté avec les organisateurs de Série Mania pour avoir leur point de vue et ils accepteraient d'agir comme consultants et facilitateurs pour mettre en place un événement du genre. Il s'agirait ici d'un événement qui permettrait une pleine découvrabilité pour les marchés externes et pour le grand public.

L'importance des galas

À l'heure actuelle, l'Académie, en tant qu'OBNL, dépend en grande partie des programmes de financement de la SODEC, des fonds publics et des commanditaires pour maintenir ses activités et ses galas. Compte tenu des défis financiers dans notre industrie, les ressources se font plus rares, ce qui rend notre mission de promouvoir les talents et contenus locaux plus complexe. Nous avons la volonté et les compétences pour atteindre nos objectifs, mais un

financement supplémentaire et récurrent à moyen terme est nécessaire pour mener à bien cette mission. Nous observons des défis communs à l'ensemble du secteur, qui appellent à une mobilisation collective de l'industrie audiovisuelle, et nous encourageons ses acteurs et actrices à explorer de nouvelles approches et des initiatives au-delà des campagnes traditionnelles pour engager plus largement le public.

b. À moyen et long terme, quelle est votre vision d'avenir en lien avec cet objectif ?

Pour accroître la visibilité internationale et la découvrabilité, il est nécessaire d'assouplir rapidement les droits de diffusion et de revoir les règles de licence qui limitent actuellement les producteurs dans la vente et la distribution de leurs contenus. Cela leur permettra de mieux concurrencer au niveau mondial. Le Fonds des Médias du Canada devrait aussi conclure davantage d'ententes avec des pays francophones, notamment en Afrique, pour faciliter la distribution à l'étranger. Ce marché est en pleine expansion, et il est urgent d'agir afin de saisir ces opportunités dès que possible.

Les galas sont essentiels à la découvrabilité des contenus et des talents d'ici et nous croyons que ces derniers devraient pouvoir avoir accès à des programmes de financement dédiés et récurrents pour assurer leur pérennité. Comme les organismes de galas de notre culture francophone sont entièrement tributaires du financement des enveloppes des agences provinciales et fédérales et des commanditaires privés, aucune pérennité n'est possible pour l'Académie qui doit à chaque année recommencer le processus de financement de ses activités. Compte tenu de la fragilité de notre industrie et de la situation économique actuelle, une grande fragilité guette notre organisation.

Conclusion

Il reste encore beaucoup à accomplir, et avant tout, il nous faut les moyens nécessaires pour y parvenir. D'un point de vue économique, les défis sont considérables ; mais au-delà des questions financières, une volonté commune et des efforts collectifs sont indispensables pour nous démarquer dans cet océan de contenu.. Peut-être y a-t-il un équilibre à trouver entre le pouvoir donné aux diffuseurs et celui donné aux producteurs? Même chose pour les plateformes étrangères, comment peuvent-elles s'inscrire dans notre écosystème sans détenir tout le pouvoir entourant une production ? Promouvoir la création audiovisuelle locale et trouver cet équilibre exige d'établir les acteurs et actrices les plus influent.e.s et de les engager dans un projet commun. Ainsi, ils.elle.s pourront mobiliser l'ensemble du secteur afin de concrétiser ce plan. Nous remercions le GTAAQ de nous avoir offert l'occasion de partager avec vous notre vision et nos idées.



ACADÉMIE
CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION