

Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec

En prologue, nous précisons que notre société de production ACPAV est axée essentiellement sur la production de longs métrages fiction et documentaires. Nous collaborons pour chacun de nos films avec divers distributeurs quant à leur promotion et exploitation.

C'est dans cette perspective de notre expérience professionnelle que nous livrons nos réflexions au groupe de travail.

L'émergence des meilleurs talents, idées et histoires

Il faut continuer d'éveiller nos jeunes au cinéma. Pour ce faire il faut permettre un contact des étudiants et élèves à nos productions soit donner plus de place au cinéma dans nos écoles, mettre des cases horaires destinées à la programmation de films québécois. Ces visionnements pourraient être encadrés par des gens du milieu. La programmation des films pourrait aussi être prévue dans les activités parascolaires.

Les télévisions, dont Télé-Québec et leurs plateformes, doivent être proactives pour l'émergence de talents. Dans les années 80-90 divers programmes tels les *16-26* (courts métrages de fiction, format de 30 min.) ou *Documentaires en vue*, en association avec la Sogic (ancêtre de la Sodec) ont permis l'émergence de plusieurs cinéastes dont Jean-Claude Lauzon, Pierre Falardeau. Ces jeunes cinéastes ont pu travailler dans un cadre professionnel avec les ressources nécessaires. Et que dire de l'émission *Course destination monde*, financée et programmée à la Société Radio-Canada, celle-ci a permis au cours des années l'émergence de cinéastes importants dont Denis Villeneuve et Philippe Falardeau.

Les télévisions en concertation avec les institutions de financement doivent s'impliquer davantage dans des programmes ou concours de production permettant aux jeunes cinéastes d'expérimenter leur talent et leur savoir-faire.

La production de contenus variés de qualité.

Certains producteurs bénéficient déjà des enveloppes de développement qui est un excellent atout. C'est notre travail de faire naître des œuvres de qualité. Nous nous entourons de collaborateurs, nous organisons des ateliers de scénarisation. Ce ne sont

pas tous les projets qui se rendent à terme mais certains émergent, un état de grâce se produit.

Faut-il développer des projets en plus grand nombre pour que davantage de projets de qualité émergent ?

Il faudra alors augmenter les enveloppes destinées au développement.

Faut-il axer le développement vers des équipes de scénaristes plutôt que souvent un seul scénariste par projet. Existe-t-il au Québec un pool de scénaristes reconnus pouvant collaborer avec les réalisateurs ?

À l'ACPAV nous développons des projets de scénaristes auxquels nous intéressons des réalisateurs mais notre action est marginale.

Quant aux films destinés aux salles, nous sommes déjà nombreux à convoiter les trop maigres enveloppes du cinéma financé par les institutions d'état. Est-ce les meilleurs scénarios qui sont mis en production ? Nous pouvons maintenant en douter. Trop de contraintes sont imposées par les institutions où l'intérêt et la qualité des scénarios ne sont plus une priorité absolue, mais ce sont plutôt les particularités sociales et humaines des scénaristes et réalisateurs (trices) qui prévalent.

Quant à la variété, nous croyons qu'elle est déjà en place, mais il faut voir à préserver une place importante à des films moins ouvertement commerciaux, mais présentant une audace et une signature forte où l'on peut penser que le cinéma est encore le 7^e art.

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

S'inspirer de la mesure belge « J'PEUX PAS, J'AI CINÉMA » où pendant un mois tous les films Belges et certains films d'auteur internationaux sont offerts à 1 euro dans plusieurs salles. Cela permet aux spectateurs de prendre des chances sur un cinéma auquel ils ne sont pas habitués et cela permet de rendre accessible le cinéma à une clientèle plus démunie.

Réunir régulièrement des invités choisis pour leur important réseau dans leur secteur d'activité (entrepreneuriat, littérature, humour, musique, sport, etc) afin de leur faire découvrir, en avant-première, les films québécois avant leur sortie officielle, et ainsi actionner le bouche-à-oreille autour de ces films. L'invité devient ainsi un ambassadeur du film, un influenceur.

On peut aller encore plus loin en s'inspirant de la France avec la mesure **MÉDIATEUR**. Il s'agit d'un financement des postes de médiateur au service des salles de cinéma et des

publics. Il existe 150 médiateurs spécifiques au cinéma sur toute la France. Certains sont mutualisés entre plusieurs salles pour couvrir des territoires moins densément peuplés. Au cours de la première année d'implantation, le CNC a dû mener un important travail de sensibilisation pour expliquer le rôle d'un médiateur culturel. Le soutien des régions a permis au CNC de renforcer les liens directs avec les acteurs locaux.

La médiation culturelle désigne le processus de mise en relation entre les sphères culturelle et sociale, la construction de nouveaux liens entre politique, culture et espace public.

Elle chapeaute un vaste ensemble de pratiques, et vise ultimement à faire de chacun un acteur culturel. Le rôle du médiateur est de favoriser les liens entre l'objet culturel et les gens. Selon les projets, il se fera informateur, accompagnateur, pédagogue, etc. Son travail est modulé et défini par la spécificité des publics et le contexte artistique, culturel ou social.

Nous rappelons aussi le rôle des sociétés d'état soit Télé Québec et la Src dans La programmation de nos films . Télé-Québec pourrait investir davantage dans nos productions et programmer en plus grand nombre nos films sur leurs écrans. De même la SRC fait sa part actuellement mais programme nos films à des heures où peu de gens sont à l'écoute soit pratiquement la nuit.

Concernant le développement de la cinéphilie chez les jeunes

S'inspirer de la Suisse avec leur mesure **LA LANTERNE MAGIQUE**. Il s'agit d'un Club de cinéma international pour enfants qui propose chaque mois un nouveau film à découvrir au cinéma, en s'amusant. La Lanterne Magique invite tous les enfants de 6 à 12 ans à découvrir 9 films par année, à un prix qui permet à tous de faire partie du club.

Quelques jours avant chaque séance, les enfants reçoivent un journal illustré qui leur présente le film. Avant la projection, un spectacle amusant et interactif joué par des animateurs et des comédiens les prépare encore à la découverte du cinéma! Sans leurs parents, mais entourés d'adultes responsables, les enfants apprivoisent les grandes émotions du cinéma et partagent des moments privilégiés avec des camarade de leur âge, tout en aiguisant leur sens critique.

Multiplier les petites salles de quartiers

Accorder une plus longue durée en salle aux films.

Faire un site internet, comme celui de l'ONF, avec tous les films québécois libres de droits.

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

Avoir un gestionnaire des médias sociaux.

Avoir du financement pour faire de « L'audience design ». L'audience design est le procédé de création, de sensibilisation et d'engagement des publics autour des films dès les premières étapes de développement grâce à une approche multi-angle basée sur l'histoire.

Demander aux télévisions d'aider à la promotion de nos films en programmant la publicité lors des sorties à des tarifs très avantageux.

Stimuler l'exportation et favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois sur les marchés internationaux

Participer aux marchés du film des festivals.