



adisq

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

Recommandations de l'Adisq

30 novembre 2024

Présentation de l'Adisq

Fondée en 1978, l'Adisq représente près de 200 entreprises québécoises indépendantes, œuvrant dans tous les secteurs de la production d'enregistrements sonores, de spectacles et de vidéos, dont des producteurs, des maisons de disques, des gérants d'artistes, des maisons d'édition, des agences de spectacles, des salles et diffuseurs de spectacles, des agences de promotion et de relations de presse.

L'importance de la musique dans les productions audiovisuelles

La musique dans les productions audiovisuelles agit comme une signature narrative et un marqueur émotionnel, leur conférant une couleur unique. Elle permet d'enrichir la profondeur artistique d'une production audiovisuelle, notamment en mettant en valeur les sentiments et les émotions représentés à l'écran ou encore en dictant le rythme d'une scène.

À ce sujet, la scénariste Fabienne Larouche, reconnue pour son utilisation importante de la musique dans ses créations à l'instar de la série *Trauma*, explique : *« de la musique, j'en mettrais partout. Ça ponctue l'émotion, ça ajoute aux scènes. J'écris des scènes avec des chansons dans ma tête. »*¹

Au Québec, le secteur de l'audiovisuel et celui de la musique partagent un objectif commun : raconter des histoires qui touchent le public, des histoires qui nous rassemblent et nous ressemblent. Nos musiques peuvent agir comme un marqueur identitaire qui permet au public de reconnaître le caractère particulier d'une production audiovisuelle québécoise. Elles contribuent à créer des productions audiovisuelles de qualité affirmant leur caractère distinct.

¹Émilie Côté (11/01/2014), Autopsie de la BO de Trauma, *La presse* : <https://www.lapresse.ca/arts/musique/201401/10/01-4727529-autopsie-de-la-bo-de-trauma.php>

Les productions audiovisuelles, une source importante de découvrabilité

Aujourd'hui, nos musiques font face à un défi majeur de découvrabilité², un défi que l'on partage avec le secteur de l'audiovisuel, même si cela se matérialise différemment pour nos deux industries. Le ministère de la Culture et des Communications a d'ailleurs fait de cet enjeu une priorité. Il est essentiel de mettre en place une stratégie globale permettant de favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois.

Les productions audiovisuelles — qu'il s'agisse de films, documentaires, séries ou émissions de variétés — offrent une opportunité unique de faire rayonner nos musiques et ainsi les faire découvrir à un public nouveau. Les exemples internationaux où la présence d'une musique, préexistante comme originale, dans une production a augmenté sa visibilité sont légion : *Running Up That Hill* de Kate Bush dans *Stranger Things*, titres de Depeche Mode dans *The Last of Us*, *Ma Meilleure Ennemie* de Stromae et Pomme dans *Arcane*. À la suite de ces diffusions à l'écran, ces titres ont connu des hausses spectaculaires de leurs écoutes. Même si ces cas sont spectaculaires et « hors normes », ils illustrent comment la présence d'une musique dans une production audiovisuelle lui offre une visibilité et génère un attachement du public.

Au Québec, l'utilisation de *Paradis* interprété par Keith Kouna et *J'aurai 100 ans* de Beyries dans *District 31*, de *Anxiety* et *Désirée* de Yes McCan dans *Fugueuse*, ou encore l'attribution de la chanson thème du film *Fabuleuses* à Sarahmée a offert à ces musiques québécoises une grande visibilité. Parallèlement, celles-ci sont venues nourrir la série ou le film en question tout en renforçant le message et les émotions véhiculées.

La force de la télévision réside dans sa grande portée. Pour notre industrie, elle reste donc un média privilégié pour faire connaître nos musiques. Selon une étude³ que nous avons menée auprès de 4 000 québécois.es en 2022, la télévision est la 2e source de découverte des nouveautés musicales derrière la radio (47 %). Ainsi,

² Adisq (8/7/2024), *Consultation aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones — Recommandations de l'Adisq* : <https://urlz.fr/tful>

³ Adisq (2022), *Guide MQF* : <https://guidemqf.adisq.com/>

la présence de musique à la télévision, qu'elle soit linéaire ou en ligne, permet une valorisation importante de celle-ci tout en augmentant les revenus des créateurs.

Créer des incitatifs à l'utilisation de musiques québécoises dans les productions audiovisuelles

En matière audiovisuelle, le budget consacré à la musique (lorsque celui-ci a été prévu), se retrouve souvent en amont du processus de production, et peut être amputé pour pallier les imprévus ou répondre à des contraintes financières émergentes. Une meilleure planification de la musique dans les productions est donc essentielle (en aval de la production donc), avec l'attribution de budgets substantiels leur étant réservés.

En outre, lorsqu'il est question de musique à l'image, les musiques d'ici ne sont pas toujours les premiers choix. Dans le contexte québécois, nous considérons que nos musiques devraient occuper une place privilégiée, devenant ainsi un choix de premier plan.

Nous invitons donc le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec à réfléchir à des mécanismes favorisant la présence de musiques québécoises, qu'elles soient préexistantes ou originales, dans les productions audiovisuelles.

Actuellement il existe à la SODEC un *Programme d'aide à la production télévisuelle — bonification de la valeur de production* qui

« vise la bonification de la valeur de production de séries télévisées de fiction, documentaires ou d'animation de langue française dans le but d'augmenter leur potentiel commercial sur les marchés hors Québec en s'appuyant sur les aspects techniques et artistiques (visuels et sonores), l'adaptation d'œuvres littéraires québécoises et l'acquisition de droits pour un minimum de trois œuvres musicales existantes. »⁴ (nous soulignons)

⁴ SODEC (2024), *Programme d'aide à la production télévisuelle — bonification de la valeur de production 2024-2025* : <https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/programme-bonification-valeur-production-2024-2025-2.pdf>

Toutefois, en 2023, soit deux ans après la mise en place de cette mesure, « *moins de 40 % des projets télévisés qui y avaient accès s'en sont prévalus* »⁵. Le programme actuel est manifestement sous-utilisé et ne favorise donc pas une utilisation optimale des œuvres musicales québécoise dans les productions audiovisuelles. Une enveloppe dédiée ou une aide de base consacrée à l'utilisation de musiques québécoises dans les productions audiovisuelles constituerait un meilleur incitatif. De même, les programmes de crédit d'impôt pourraient être ajustés pour qu'ils favorisent l'intégration d'un niveau minimum de musique québécoise.

Soutenir adéquatement la production d'émissions musicales

Les émissions musicales permettant aux artistes de se produire en direct jouent un rôle déterminant dans leur carrière, en leur offrant une visibilité accrue et un accès à de nouveaux publics. Ces prestations, qui se prêtent particulièrement bien à un découpage pour les réseaux sociaux et autres plateformes numériques prisées par le jeune public, prolongent leur impact au-delà de leur diffusion initiale et renforcent l'engagement envers les artistes.

Il est donc crucial de soutenir adéquatement ces émissions, dont les coûts de production sont élevés, d'autant plus suite à l'inflation de ces dernières années qui a particulièrement affecté les dépenses liées à la main-d'œuvre — qu'elle soit technique ou artistique — et au matériel. Investir dans ces productions contribue non seulement à dynamiser la scène musicale québécoise, mais également à favoriser une présence accrue de nos artistes sur différentes plateformes.

⁵ Etienne Paré (6/02/2023), Moins de 40 % des projets de séries télé se prévalent des incitatifs pour intégrer des chansons québécoises, *Le devoir* : <https://www.ledevoir.com/culture/ecrans/780614/television-il-y-a-encore-trop-peu-de-chansons-quebecoises-dans-nos-series-tele>

Conclusion

Les secteurs de la musique et de l'audiovisuel québécois partagent des défis communs liés aux transformations structurelles qu'ont connues nos industries ces dernières années. Elles partagent également une ambition similaire : valoriser les talents locaux et faire rayonner notre culture et nos langues. En travaillant ensemble, celles-ci peuvent non seulement faire front face aux défis auxquels elles sont confrontées, mais aussi renforcer leur impact collectif.

La musique enrichit les productions audiovisuelles en leur apportant une profondeur émotionnelle et identitaire unique. Les œuvres audiovisuelles agissent comme un puissant levier de découvrabilité pour la musique. Ces relations complémentaires nécessitent des mécanismes plus robustes pour maximiser leur potentiel. Cela passe par une planification budgétaire plus affirmée, des incitatifs structurants et un soutien accru aux initiatives qui mettent en valeur nos musiques.