

GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DE L'AUDIOVISUEL AU QUÉBEC ALLIANCE MÉDIAS JEUNESSE

Introduction :

L'Alliance Médias Jeunesse (AMJ) s'engage à promouvoir des œuvres audiovisuelles pour les jeunes qui répondent aux plus hauts standards de qualité. En tant qu'organisme dédié à la promotion et au soutien de la production de contenus jeunesse de qualité, l'Alliance Médias Jeunesse (AMJ) insiste sur l'importance de reconnecter les jeunes à leur culture tout en leur offrant des œuvres qui reflètent leurs réalités, répondent à leurs besoins éducatifs et divertissent avec pertinence. Ces principes sont inscrits dans notre **Énoncé de qualité (annexé)**, qui met de l'avant des contenus pertinents, novateurs et artistiquement inspirants.

Nous croyons fermement que ces principes devraient guider toute initiative visant à soutenir une production diversifiée et de qualité au Québec.

La mission de l'AMJ/YMA est d'enrichir la vie des jeunes enfants et adolescents en soutenant et faisant la promotion, de par ses activités et remise de prix d'excellence, de la qualité des contenus produits destinées à leur public pour tous les médias, que ce soit à la télévision, au cinéma, sur le web, dans les balados ou les jeux interactifs

Les membres de l'AMJ/YMA adhère à l'Énoncé de qualité qui sert de fondement à la Charte de la télévision pour enfants ratifiée par les gouvernements et radiodiffuseurs du monde entier. Une production de qualité sur écran, c'est l'excellence de la forme et du contenu axés sur les besoins et les attentes de l'auditoire cible et la conformité aux normes reconnues de la production professionnelle.

L'AMJ/YMA est heureuse d'œuvrer dans une industrie de la jeunesse de plus de 33 500 professionnels au Canada. L'AMJ/YMA compte plus de 160 membres, soit 82 diffuseurs et maisons de production et 78 individus soit des producteurs indépendants, des distributeurs, des dirigeants de médias et des éducateurs, couvrant une diversité de communautés au Canada. Elle soutient les efforts pour que les jeunes canadiens accèdent à des contenus enrichissants et divertissants sur toutes les plateformes.

Il nous fait plaisir de participer à cette consultation. Voici réponses à vos questions.

Question #1

Stimuler la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires Favoriser un environnement propice à la découverte et à l'émergence des idées les plus novatrices, ainsi qu'à l'émergence des meilleurs créateurs, créatrices et talents. Promouvoir la créativité sous toutes ses formes et s'assurer que les meilleures histoires puissent voir le jour.

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

- Promouvoir les artisans québécois sur toutes les plateformes au Québec. Youtube, Netflix, Roblox, Spotify, Snapchat, Instagram.
- Encourager la découvrabilité par la gestion des algorithmes pour que le contenu québécois soit priorisé.
- Encourager le gouvernement du Québec à intervenir pour obliger les streamers et les diffuseurs privés à mettre en avant le contenu original pour la jeunesse.

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

- En faisant la promotion de plus en plus d'artistes auprès de tous les Québécois, les talents trouveront un bassin de public plus large. La visibilité leur offrira plus de fans et de plus grandes opportunités. Qu'il s'agisse d'influenceurs, de chanteurs, d'acteurs, de spectacles ou d'artistes de scène, leur lumière brillera davantage.

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- L'Alliance Médias Jeunesse (AMJ) offre des opportunités de développement professionnel continu adaptées aux besoins spécifiques des jeunes artisans de la production par le biais d'ateliers, de séminaires et de stages. Depuis 2015, l'AMJ offre plusieurs bourses : la bourse Andra Sheffer de l'AMJ, la bourse Thérèse-Pinho de l'AMJ, la bourse Steven DeNure de l'AMJ et le Fonds John Rooney pour la création ainsi que la bourse Équité, diversité et inclusion.
- Aide à la création émergente (SODEC) : Ce programme peut être amplifié en y intégrant davantage de soutien à l'innovation et des projets collaboratifs.
- Festival International du Film pour Enfants de Montréal (FIFEM) : Un modèle d'exposition des œuvres jeunesse qui pourrait être étendu pour inclure des laboratoires créatifs.
- Alliance Médias Jeunesse : La conférence Médias Jeunesse pourrait être soutenue financièrement par des fonds publics pour agrandir son rayonnement afin d'inclure davantage de créateurs, de scénaristes, de producteurs et réalisateurs – de la relève.

b. Ailleurs

- Cinekid (Pays-Bas) : Plateforme dédiée aux contenus jeunesse qui inclut des ateliers, un marché de coproduction, et des résidences pour créateurs.
- European Youth Cinema Network (Europe) : Initiative pour promouvoir la coopération transnationale dans la production et la diffusion d'œuvres jeunesse.

- Australian Children's Television Foundation (Australie) : Fondation qui soutient la production et la distribution de contenus éducatifs et innovants pour les jeunes.

Question #2

Soutenir la production de contenus variés de qualité. Déployer des stratégies pour soutenir la production de contenus diversifiés, en ce qui a trait tant aux formats qu'aux genres. Trouver des solutions originales pour stimuler une production audiovisuelle de qualité et ainsi accroître l'attractivité de ces œuvres sur la scène locale et internationale.

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

- En ce qui concerne la production de contenu pour la jeunesse, les diffuseurs Québécois initient la plupart des contenus originaux. Comme de moins en moins de diffuseurs investissent dans la production et encore moins dans le genre (jeunesse), il serait plus approprié de rendre disponible un financement aux producteurs indépendants qui produisent du contenu pour enfants en leur versant directement des fonds des fonds existants ou de créer des fonds spécifiquement pour le genre Jeunesse.

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

- Si les artistes et producteurs de médias pour enfants réussissent à initier plus d'émissions jeunesse, ils auront la possibilité de créer davantage de contenus originaux pour les publics jeunesse locaux et internationaux en leur donnant plus de contrôle.
- Revitaliser le secteur jeunesse de manière à compter plus de joueurs dans la diffusion de contenus et ainsi avoir une plus grande variété de contenus

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- La Fabrique culturelle (Télé-Québec) : Une plateforme qui promeut la diversité des genres et des formats tout en mettant en avant des œuvres qui respectent les valeurs d'éducation et de culture définies dans l'Énoncé de qualité.
- Radio Canada avec TOUT.tv met en ligne la production autant au Qc que de façon pan canadienne touchant ainsi l'entièreté du public francophone au pays
- Les productions jeunesse financées par la SODEC : Ces initiatives peuvent être renforcées par un accent explicite sur la pertinence éducative et culturelle, conformément aux principes de qualité de l'AMJ.

b. Ailleurs

- The Children's Media Foundation (Royaume-Uni) : Organisation qui met en avant des productions jeunesse respectant des standards élevés en matière de contenu éducatif et culturel.

- Screen Australia's Indigenous Department (Australie) : Programme qui soutient la diversité culturelle dans les productions tout en respectant des critères de qualité élevés, un exemple à adapter pour le Québec.
- Creative Europe MEDIA (Union européenne) : Programme qui finance des œuvres variées et de qualité, et qui favorise l'inclusion culturelle, en parfaite adéquation avec l'Énoncé de qualité de l'AMJ.

Question #3

Accroître la production de contenus jeunesse. Renforcer la présence de contenus destinés aux jeunes sur tous les supports, formats et canaux de diffusion. Rétablir les liens entre la jeunesse québécoise et sa culture ainsi que favoriser la création de contenus qui lui sont destinés.

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

- Promouvoir le contenu jeunesse québécoise sur toutes les plateformes utilisées par les jeunes (notre public) et leurs parents : en plus de nos diffuseurs locaux, sur Youtube, Roblox, Spotify, Snapchat, Tik Tok, Instagram.
- Augmenter la découvrabilité par la gestion des algorithmes – est-il possible de prioriser le contenu jeunesse réalisée au Québec sur les plateformes utilisées par notre public.
- Investir dans le contenu jeunesse en augmentant le financement et en soutenant directement les producteurs et créateurs.
 - C'est grâce aux diffuseurs publics du Québec et du Canada que la plupart de nos contenus jeunesse sont réalisés. Il y a de cela quelques années à peine, il y avait 3 autres acteurs dans cet espace – Québecor, Corus et TV5. Avec moins de diffuseurs investissant dans cet espace, il serait utile que le financement puisse être mis à la disposition de ceux qui créent du contenu jeunesse en leur déployant des fonds directement.
 - Si les artistes et producteurs de médias jeunesse sont en mesure d'initier leurs émissions, ils auront la possibilité de créer davantage de contenu original pour les publics locaux et internationaux.
 - Les streamers opérant au Canada et au Québec devraient contribuer au secteur local du contenu jeunesse, tout comme le font les diffuseurs privés et publics depuis des décennies.

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

- Avec plus de contenu pour enfants diffusé auprès de tous les Québécois, les émissions trouveront un plus grand public. Nous devons faire en sorte que notre contenu soit mis en avant partout où c'est possible et cette accessibilité entraînera plus de succès. Plus de contenu, plus vue.

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- Télé-Québec, Radio Canada et ses productions jeunesse : La chaîne offre une base solide pour la diffusion de contenus jeunesse, par des partenariats avec des créateurs indépendants pour diversifier l'offre.
- Tou.tv avec la Zone Jeunesse et La Fabrique culturelle (Télé-Québec) : des plateformes exemplaires pour promouvoir des créations locales qui pourraient inclure davantage de contenus spécifiquement dédiés aux jeunes.

b. Ailleurs

- The Children's Media Foundation (Royaume-Uni) : Cet organisme soutient activement la production de contenus jeunesse diversifiés et pertinents sur le plan culturel.
 - KiKA (Allemagne) : Une chaîne publique entièrement dédiée aux jeunes publics, qui allie divertissement et éducation, tout en offrant une large diversité de contenus.
 - Australian Children's Television Foundation (Australie) : Soutient la production et la distribution de contenus éducatifs de qualité pour les jeunes, un modèle à adapter pour le Québec.
-

Question #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?

- Augmenter les ressources financières pour venir palier à la baisse des licences et du financement liés à ces licences, qui devraient aller directement aux producteurs, créateurs et talents car ceux-ci se retrouvent à avoir à financer son projet lui-même.
- Obliger toutes les plateformes opérant au Québec à prioriser notre contenu jeunesse.
- Financer des initiatives de marketing sur toutes les plateformes populaires au Québec pour augmenter la découvrabilité du contenu québécois. Des efforts concertés des intervenants québécois pour promouvoir le contenu jeunesse devrait être basé avec des prix flexibles adaptés au budget de ces productions jeunesse

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

- Si nous continuons à accroître notre offre et à la rendre découvrable à nos publics, aussi facilement qu'il est possible de découvrir les émissions, les films et les jeux vidéos américains, nous pourrions augmenter les chances que le public québécois consomme le contenu fait pour eux.

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- Curio.ca (Radio-Canada) : Une plateforme éducative qui pourrait servir de modèle pour centraliser et diffuser des contenus financés par des fonds publics.
- La Fabrique culturelle (Télé-Québec) : Cette plateforme offre une vitrine pour les créations locales et pourrait être élargie pour inclure davantage de contenus audiovisuels.

b. Ailleurs

- TV5MONDEplus (International) : Une plateforme gratuite regroupant des contenus francophones du monde entier, un exemple de valorisation et d'accessibilité des œuvres culturelles locales.
- Arte (France/Allemagne) : La chaîne et plateforme Arte propose des contenus culturels accessibles gratuitement sur plusieurs supports, avec des sous-titres dans de nombreuses langues.
- NZ On Screen (Nouvelle-Zélande) : Un portail en ligne qui met en valeur les œuvres audiovisuelles locales pour les rendre accessibles à tous.

Question #5

Améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et diffusion, dans les espaces tant traditionnels que numériques. Repenser les stratégies de mise en marché pour mieux promouvoir les contenus et talents québécois. Explorer des moyens innovants de maximiser la visibilité des productions locales, dans les espaces tant traditionnels que numériques, ainsi que leur découvrabilité. La découvrabilité est entendue ici comme la capacité d'un contenu culturel en ligne de se laisser découvrir aisément par la personne qui le recherche et de se faire proposer à la consommatrice ou au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence.

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

- Instaurer un Fonds pour la découvrabilité des contenus locaux
Créer un fonds dédié à la promotion des productions québécoises pour la jeunesse sur toutes les plateformes, incluant la télévision, le cinéma et les espaces numériques. Ce fonds financerait des campagnes de marketing numérique, des collaborations avec des influenceurs et des efforts d'optimisation pour les algorithmes des plateformes de streaming et de médias sociaux.
- Renforcer l'accès aux données pour une meilleure stratégie marketing
Mettre en place une infrastructure permettant aux producteurs, diffuseurs et distributeurs d'accéder à des données d'audience pertinentes. Ces données permettraient de mieux comprendre les comportements des consommateurs et de cibler plus efficacement les campagnes promotionnelles.

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

Une promotion durable et innovante des contenus québécois

- Créer un écosystème numérique centré sur la découvrabilité : Investir dans le développement d'une plateforme qui intègre des recommandations personnalisées basées sur les algorithmes, tout en promouvant activement des œuvres québécoises auprès des publics non-initiés.

- Renforcer les compétences en marketing numérique dans l'industrie : Offrir des formations aux créateurs, producteurs et diffuseurs sur les stratégies de marketing numérique et d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) et les algorithmes des plateformes.
- Promouvoir les talents québécois à l'international : Développer des campagnes spécifiques pour faire rayonner les talents québécois et leurs œuvres sur les marchés internationaux, notamment lors de festivals, foires et événements culturels mondiaux.
- Une présence mondiale soutenue : Positionner les contenus québécois comme incontournables à l'échelle mondiale grâce à des partenariats stratégiques avec des plateformes internationales.
- Une découvrabilité intégrée et durable : Garantir que les productions québécoises restent accessibles et visibles à travers les évolutions technologiques et les nouveaux canaux de diffusion.
- Un public engagé et informé : Assurer que les Québécois connaissent et consomment activement les productions locales grâce à des initiatives culturelles et éducatives continues.

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- La Fabrique culturelle (Télé-Québec) : Une initiative locale qui centralise les contenus culturels québécois, servant de modèle pour une découvrabilité accrue.
- Hub numérique des contenus francophones : Une collaboration à développer entre divers acteurs pour promouvoir les œuvres francophones en ligne.

b. Ailleurs

- Discoverability Program (Canada) : Une initiative du CRTC qui explore comment améliorer la visibilité des contenus culturels canadiens dans l'environnement numérique.
<https://crtc.gc.ca/eng/industr/modern/plan.htm>
- France.tv (France) : Une plateforme publique qui met en avant des contenus locaux grâce à des algorithmes favorisant la diversité culturelle.
- New Zealand Film Commission (Nouvelle-Zélande) : Organisation qui soutient la promotion des films locaux sur les plateformes internationales à travers des campagnes ciblées et des événements.

Question #6

Stimuler l'exportation et favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois sur les marchés internationaux Développer une expertise afin que des œuvres, formats et propriétés intellectuelles québécoises se démarquent et se vendent davantage à l'international.

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

- Aider les producteurs et diffuseurs de contenu pour enfants à être présent dans toutes les principales conférences de contenu jeunesse.

- Soutenir les studios d'animation et de lieux de tournages de contenu pour enfants afin d'attirer plus de travail, qu'il s'agisse de travail original ou de service. Plus nous démontrons que nous sommes une puissance dans ce domaine, plus notre réputation sera solide pour attirer des investissements.
- Envisager d'organiser un événement mondial sur le contenu ici dans la province afin que nous puissions attirer les principaux investisseurs dans le secteur du contenu pour enfants / créations audiovisuelles pour la jeunesse.

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

- Si davantage de producteurs québécois de contenu jeunesse ont l'occasion de rencontrer des acheteurs internationaux, leur expertise sera mise en valeur dans de nombreux domaines de ce secteur.
- Fournir de l'aide financière aux producteurs et diffuseurs pour assister aux marchés de contenu jeunesse, conférences, festivals comme le MIPCOM, Kidscreen, The Asian Animation Summit, Annecy, Animation World Market à Los Angeles et plus encore – sont très importants dans notre domaine pour favoriser les rencontres entre acheteurs et producteurs.
- Les studios d'animation et de production du Québec sont reconnus mondialement pour leur travail. Utilisez cette expertise pour développer des opportunités de contenu original pour ces entreprises.

c. Pouvez-vous identifier des initiatives, d'ici ou d'ailleurs, dont nous pourrions nous inspirer pour atteindre cet objectif?

a. Québec

- Le programme Aide à l'exportation de la SODEC - Aide à l'exportation et au rayonnement culturel – audiovisuel: Ce programme soutient déjà les créateurs québécois pour se positionner sur les marchés internationaux, mais il pourrait être renforcé pour inclure davantage de formations et d'opportunités de réseautage. Il devrait y avoir un volet spécifiquement pour les productions jeunesse.
- Téléfilm Canada : Les efforts de Téléfilm pour promouvoir le cinéma québécois à l'étranger constituent un bon point de départ, mais pourraient s'étendre à d'autres formats audiovisuels.

b. Ailleurs

- Screen Australia (Australie) : Cet organisme soutient activement la promotion des œuvres australiennes à l'étranger en offrant des financements spécifiques pour l'exportation et en organisant des missions commerciales.
- Creative Europe Media (Union européenne) : Ce programme soutient les producteurs et distributeurs européens dans leurs efforts pour vendre leurs œuvres à l'échelle mondiale, notamment grâce à des aides financières pour le marketing et la distribution.
- Nordic Film & TV Fund (Pays nordiques) : Ce fonds encourage la collaboration et l'exportation des œuvres nordiques en misant sur leur qualité et leur identité culturelle forte.

Question #7 - QUESTION SUPPLÉMENTAIRE

Y a-t-il d'autres pistes de solutions ou d'autres éléments que vous aimeriez porter à l'attention du Groupe de travail ? Vos propositions peuvent inclure les éléments suivants : sources et leviers de financement, perspectives de croissance, stratégies d'affaires, mesures fiscales, capital de risque, etc.

Le Gouvernement du Québec devrait sensibiliser le gouvernement fédéral là où cela s'applique :

En ce qui concerne les ressources financières, il est important de considérer comment le manque de protection des genres imposé par le CRTC il y a des années a presque décimé le secteur des émissions pour enfants au Canada. On devrait revenir à l'idée où tout opérateur de contenu au Canada et au Québec (radiodiffusion et plateforme) serait obligé de consacrer une certaine partie de ses revenus au contenu pour enfants

Lorsque les contenus d'ici sont produits, découverts et adoptés, les enfants bâtissent des référents identitaires cruciaux (langue, valeur, intérêts)

Et pour y arriver on se doit de :

- - Investir de façon substantielle dans des contenus pour enfants **excellents**, de grande qualité et qui racontent nos histoires, nos valeurs et notre langue. (ici on pourrait même bonifier avec des exemples des superbes catégories des galas d'excellence)
- - Investir de façon substantielle dans la promotion de ces contenus sur toutes les plateformes disponibles.
- - Investir dans le rayonnement de ces contenus à l'international pour affirmer notre identité, affirmer notre fierté culturelle, affirmer et développer la qualité de nos expertises et créer de la richesse pour notre société.
- - Légiférer pour contraindre les distributeurs et agrégateurs de contenus à faire rayonner nos contenus aux enfants d'ici
- - Légiférer pour obliger les producteurs de télévision connectés et autres dispositifs physique (Smart Car systems) à offrir nos contenus et à proposer l'accès, de façon tout aussi avantageuse, au contenu pour enfants créés chez nous.

1. Principaux enjeux et pistes de solution

a. Renforcement des politiques de découvrabilité et de visibilité

Le Québec pourrait s'inspirer du *Public Media Act* du Royaume-Uni, qui impose aux plateformes connectées de rendre les contenus de radiodiffusion publique facilement accessibles. Dans un contexte où les algorithmes favorisent des bulles de contenu, garantir une place prioritaire aux contenus jeunesse québécois sur les plateformes numériques est essentiel. Cela passe par des règlements du CRTC pour obliger les plateformes de streaming et les fabricants de matériel numérique (téléviseurs intelligents, boîtiers de diffusion, etc.) à promouvoir activement ces contenus.

b. Obligation de quotas de contenus jeunesse pour les streamers

Alors que les diffuseurs privés se désengagent des contenus pour enfants, il est impératif que les plateformes de streaming comme Netflix et YouTube soient tenues de respecter des quotas de contenu jeunesse canadien. Ces quotas devraient inclure des productions en langue française pour assurer une protection linguistique et culturelle.



c. Appui financier dédié au contenu jeunesse

La diminution des revenus publicitaires en général des diffuseurs publics, combinée au désengagement des acteurs privés, met en danger l'écosystème de la production jeunesse. Nous recommandons la création d'un fonds dédié spécifiquement aux contenus jeunesse, financé par des taxes sur les revenus des plateformes numériques opérant au Québec et au Canada.

d. Protection culturelle à travers une réglementation accrue

Le gouvernement québécois doit adopter des mesures fortes pour préserver la souveraineté culturelle. Cela inclut :

- Une régulation plus stricte des streamers internationaux pour garantir qu'ils financent activement des contenus locaux.
- Une obligation pour les applications et plateformes numériques de contribuer à un fonds de développement pour les médias culturels, comme c'est déjà le cas pour les vendeurs de matériel.

2. Perspectives de croissance et propositions stratégiques

a. Éducation et parentalité

Un effort concerté doit être fait pour sensibiliser les parents à l'importance de contenus jeunesse de qualité. Cela pourrait inclure :

- Des campagnes éducatives sur les impacts de la consommation numérique.
- Des partenariats avec les écoles pour intégrer des œuvres québécoises dans les activités éducatives.

b. Soutenir les efforts à la transition numérique des diffuseurs publics

Les diffuseurs publics offrent en ce moment une plateforme numérique robuste dédiée aux enfants, intégrant des outils éducatifs et interactifs. Ils ont besoin d'un appui accru pour devenir des leaders dans l'univers du streaming au Québec.

c. Campagne pour la jeunesse et la culture

L'AMJ propose que le gouvernement réalise une campagne sur l'importance de la culture et du contenu jeunesse, mettant en lumière les enjeux de souveraineté culturelle et l'urgence d'agir. Ce document servirait d'outil pour mobiliser les décideurs, le public, et les parties prenantes.

3. Inspirations et initiatives internationales

a. *Public Media Act* (Royaume-Uni)

L'approche britannique en matière de découvrabilité et de protection des contenus publics offre un cadre inspirant.

b. *YouTube Kids Fund* (États-Unis)

YouTube a récemment lancé un fonds pour soutenir des productions éducatives et sûres pour les enfants. Le Québec pourrait explorer une collaboration ou une adaptation locale de cette initiative.

c. Modèle scandinave pour la coproduction

Les pays nordiques favorisent les coproductions entre diffuseurs publics et privés pour stimuler l'innovation dans le contenu jeunesse tout en renforçant leur identité culturelle.

4. Enjeux fondamentaux pour l'industrie audiovisuelle québécoise

Enfin, il est crucial de replacer la discussion dans un cadre plus large touchant :

- Souveraineté culturelle : Sans protection renforcée, le contenu canadien risque de disparaître au profit de productions étrangères uniformisées.
 - Économie et emploi : La production jeunesse est une source importante d'emplois dans les industries créatives.
 - Éducation : Les contenus jeunesse jouent un rôle clé dans l'apprentissage et la transmission des valeurs culturelles.
 - Langue et identité : Protéger la langue française et promouvoir des récits locaux contribuent à préserver notre patrimoine collectif
-

Conclusion

L'AMJ est convaincue que la clé pour stimuler la création et l'émergence des talents réside dans un soutien stratégique à la jeunesse, l'innovation, et la collaboration. En mettant en place des initiatives à court, moyen et long terme, le Québec peut non seulement répondre aux défis actuels, mais aussi se positionner comme un chef de file mondial dans la création de contenus audiovisuels jeunesse.

L'Alliance Médias Jeunesse (AMJ) appelle à une mobilisation collective pour répondre aux défis actuels et à venir. Il s'agit non seulement de protéger notre patrimoine culturel, mais aussi d'assurer un avenir prospère et créatif à notre industrie audiovisuelle. Nous sommes prêts à collaborer étroitement avec le Groupe de travail pour faire avancer ces priorités stratégiques

Nous restons à votre disposition pour approfondir ces propositions et collaborer à leur mise en œuvre

ANNEXE : EXCELLENCE ET ÉNONCÉ DE QUALITÉ DE L'AMJ

EXCELLENCE:

Une programmation de qualité comme influence positive

Nos membres produisent des contenus exceptionnels pour les enfants qui constituent une ressource précieuse pour le développement des jeunes. Ces contenus sont conçus pour éduquer, divertir et inspirer, en offrant aux jeunes publics un contenu qui soutient leur croissance cognitive, émotionnelle et sociale. L'impact positif d'une programmation de cette qualité ne peut être sous-estimé.

Nous croyons passionnément que les enfants et les adolescents ont le droit de faire l'expérience de productions sur écran qui ont accès aux mêmes ressources techniques et financières que les productions destinées au grand public et qui s'adressent aux groupes les moins bien représentés, tout en servant les intérêts de divers groupes d'âge.

Notre objectif primordial est de veiller à ce que le plus grand nombre possible d'enfants et d'adolescents canadiens puissent accéder régulièrement à du contenu de haute qualité, quelle que soit la plateforme.

Avantages éducatifs et de développement

L'engagement de l'AMJ/YMA envers l'excellence se reflète dans les nombreux prix et distinctions octroyés à nos membres au niveau national et international. En effet, l'AMJ/YMA dans son mandat organise une reconnaissance annuelle des Prix d'excellence et son gala afin de célébrer la qualité des contenus des productions jeunesse canadiennes dont la langue originale est le français ou l'anglais. Les prix et donc les contenus sont conçus en tenant compte des besoins du développement des enfants, offrant un contenu pédagogique qui soutient les programmes scolaires et favorise l'amour de l'apprentissage. Ces contenus favorisent également la pensée critique, la créativité et l'empathie, qui sont des compétences essentielles au développement holistique des jeunes. Les critères des prix ont été établis par des professionnels éducateurs, psycho-éducateurs, spécialistes du développement de l'enfance et producteurs d'expérience. Ils considèrent des éléments de développement tels que :

1. L'acquisition de connaissances et développement de l'esprit critique, soit l'esprit critique se développe par la présentation d'une variété de modèles, de comportements, d'opinions, de valeurs, d'expériences et de situations diverses. Ainsi, le jeune téléspectateur peut exercer son jugement, se questionner, prendre position et apprendre à assumer ses propres choix de manière éclairée;
2. Stimulation de l'imagination et de la créativité, soit l'éveil de la créativité chez l'enfant lui permet de fournir une réponse personnelle à un contexte donné. Elle permet d'exercer le pouvoir de créer, de réaliser, de concevoir, d'inventer, de trouver des solutions originales. La créativité permet de sortir des sentiers battus;
3. L'engagement, l'ouverture au monde et le respect, soit, l'ouverture au monde favorise la découverte de ce qui se situe au-delà du milieu immédiat et habituel. Elle permet de surmonter la peur de l'inconnu, d'apprécier la nouveauté et la différence, et de développer la tolérance. La valeur de respect (envers les autres) se manifeste par la capacité de faire preuve d'empathie et de *prendre en compte* le point de vue et les sentiments d'autrui mais aussi celle de protéger le monde physique qui nous entoure. Cette valeur

se manifeste par la faculté de susciter l'engagement, qu'il soit envers des individus ou l'environnement, la fidélité à la parole donnée, à des règles de groupe ou à des coutumes (rites);

4. Le contenu à valeur aspirationnelle, soit le contenu à valeur aspirationnelle se traduit par des thématiques ou des protagonistes qui peuvent servir de modèles. Ce contenu permet aux jeunes de prendre conscience de leurs capacités et de leurs forces pour accomplir leurs désirs et leurs rêves avec satisfaction. Les relations interpersonnelles harmonieuses et la capacité à s'exprimer adéquatement contribuent aussi à cet épanouissement. Le dépassement de soi s'exprime par la capacité à faire face à un défi personnel ou collectif, et à tenter de le surmonter. C'est aller plus loin, prendre des risques et des initiatives, ou passer à l'action et ce, dans le respect de soi et de son unicité. C'est apprendre à tirer satisfaction tant de ses succès que de ses échecs, et à avoir des attentes réalistes envers soi-même;

5. L'émancipation à travers le jeu et l'humour, soit l'expression des émotions et le plaisir. Elle incite au développement artistique et intellectuel des jeunes de façon ludique que ce soit par la danse, la musique, le spectacle, l'improvisation, l'humour, le sport ou tout simplement le jeu. La notion de divertissement est associée au plaisir que procure la détente, au rire, au fait de laisser de côté les tracasseries du quotidien. Chez l'enfant, les loisirs occupent une fonction primordiale par laquelle il acquiert la faculté d'être lui-même, de communiquer, de s'identifier aux autres et de se définir. Grâce au divertissement, l'enfant apprend à révéler ses forces ou à montrer ses habiletés, mais aussi, il découvre d'autres formes d'échange avec les autres. Le rire est un outil puissant permet de dédramatiser plusieurs situations et de prendre du recul sur soi et sur ce qui nous entoure;

6. Le contenu de ce balado sera pertinent et divertissant, stimulant l'intelligence et la créativité et suscitant l'ouverture aux autres. Il doit également être un reflet fidèle du monde dans lequel grandissent les jeunes, respecter leur dignité et favoriser l'apprentissage que ce soit par une approche documentaire, fictive ou hybride.

Énoncé de qualité de l'AMJ

L'énoncé de qualité de l'Alliance Médias Jeunesse, d'abord créé par l'Alliance pour l'enfant et la télévision, a servi de fondement à la Charte de la télévision pour enfants que ratifient actuellement les gouvernements et radiodiffuseurs du monde entier.

Une production de qualité sur écran, c'est l'excellence de la forme et du contenu axés sur les besoins et les attentes de l'auditoire cible et conformes aux normes reconnues de la production professionnelle.

Le contenu des productions doit être pertinent et divertissant, stimuler l'intelligence et la créativité et susciter l'ouverture aux autres. Il doit également être un reflet fidèle du monde dans lequel grandissent les jeunes, respecter leur dignité et favoriser l'apprentissage.

Organisme d'ici, l'Alliance s'emploie à promouvoir le contenu canadien dans les productions sur écran pour les jeunes. Certes, les enfants et les adolescents canadiens doivent connaître l'immensité du monde dans le cadre de productions internationales, mais ils doivent également avoir accès à des contenus de qualité qui témoignent de la riche diversité du Canada, de ses provinces, de ses régions, de ses collectivités et de sa population, ainsi que de ses institutions, de son patrimoine et de sa culture.

UNE PRODUCTION JEUNESSE SUR ÉCRAN DE QUALITÉ...

- est conçue et produite en fonction des besoins et attentes des enfants et adolescents auxquels elle est destinée et aborde la réalité selon leur point de vue;
- permet aux jeunes d'être non pas des spectateurs passifs, mais des participants, des protagonistes même, et de jouer un rôle actif, voire interactif;
- stimule sciemment l'intelligence, la curiosité et la créativité des enfants et adolescents et leur fait vivre des émotions pour les aider à s'épanouir;
- respecte l'intelligence et le sens critique des jeunes ainsi que leur capacité de réflexion en évitant la simplification excessive, les stéréotypes et la propagande;
- tient compte de leurs besoins de développement, des différents groupes d'âge, de leurs origines culturelles et, à cette fin, s'appuie sur des études pertinentes.

UNE PRODUCTION JEUNESSE SUR ÉCRAN OUVERTE SUR LE MONDE...

- porte une attention toute particulière au monde réel tout en stimulant l'imagination : le réel et l'imaginaire sont les deux mondes où grandit le jeune;
- permet à l'enfant ou à l'adolescent d'explorer le monde au-delà de son vécu immédiat : la famille, les amis, l'école, la rue, la ville, la société, le monde, l'univers.

LES ENFANTS ET LES ADOLESCENTS ONT DROIT À DES PRODUCTIONS SUR ÉCRAN QUI...

- ont accès aux mêmes ressources techniques et financières que les productions réalisées pour un plus vaste public selon des normes reconnues;
- s'adressent aux groupes les moins bien représentés, tout en servant les intérêts de divers groupes d'âge.