

**Mémoire déposé à titre personnel par Daniel Coutu
en novembre 2024 au Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec**

Daniel Coutu est président-fondateur de Prestigo - Univers Jeunesse. Il a une connaissance approfondie du marché jeunesse québécois et de ses intérêts, travaillant notamment auprès des enfants depuis 2001. L'agence de spectacle qu'il a fondée en 2006 est devenue la plus importante agence d'artistes pour enfants au Québec et dans la francophonie canadienne. Au cours des 16 dernières années, Daniel et les artistes avec qui il travaille ont rencontré plus d'un million d'enfants.

En 2013, il crée la division médiatique de cette entreprise, Prestigo Media. Il anime personnellement trois émissions de télé produites par cette entreprise : « Science ou Magie », « Par ici la magie » et « Bestioles et cie ». Il est également le co-concepteur des émissions « Bestioles en questions », « Brico-Blagues », « Défi 5 ingrédients », de la fiction « Famille magique » en plus d'être producteur exécutif des émissions « Philo Philo » et « Camps penses-tu » ainsi que de la série d'animation « Ta vie sans ça ». Toutes ces productions sont disponibles à l'antenne de Radio-Canada, TFO, Télé-Québec, TV5 Monde, et en anglais sur TVO Kids.

Nommé dans la très prisée catégorie « Meilleur premier rôle - Jeunesse » aux Prix Gémeaux, Daniel Coutu s'illustre aussi devant la caméra. Il a d'ailleurs remporté le prix d'Excellence « Personnalité jeunesse » de l'Alliance Médias Jeunesse en plus d'être décoré par la médaille de l'Assemblée nationale du Québec pour son implication auprès des enfants et de sa région natale, l'Outaouais.

Depuis 2021, il est à la tête de Prestigo Distribution, la filiale d'exportation internationale du groupe. Entrepreneur en série, il est aussi en développement d'une nouvelle division destinée au cinéma jeunesse ainsi qu'un partenariat naissant pour la production d'expériences numériques immersives destinés aux familles québécoises de même qu'au marché international.

Ce mémoire contient des propositions pour les objectifs 1,2,3,4 & 7 du Groupe de travail et constitue l'état d'une réflexion effectuée en novembre 2024, réflexion qui peut certainement évoluer. Au plaisir de construire et de faire grandir cette réflexion avec vous.

Contact : daniel@prestigo.ca

Faire rêver les enfants

Faire rêver les enfants,
leur raconter des histoires,
les faire rires, c'est leur enseigner
qui nous sommes.

Mais c'est surtout profiter
d'une mince fenêtre de quelques années
pour les marquer profondément.

Avec du beau.
Avec du grand.

Pour les inviter à devenir
des moteurs de changements

Faire rêver les enfants,
c'est important.
Parce que le beau résonne
longtemps dans notre vie d'adulte

Et il nous aide à la rendre meilleure.

D.C.

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?

Action 1

Définir les critères « novateur » et « meilleurs » lorsqu'il s'agit de talents, de créateurs et d'histoires de talents émergents.

A quoi aspirons-nous? Établir un cadre/objectif commun en matière d'excellence. Un objectif bien défini est un objectif plus facile à atteindre. Il faut définir les critères de succès. Par exemple, s'agit-il d'histoires qui ont le potentiel de rejoindre une audience internationale ? De remporter des prix ? L'authenticité de l'histoire? Son potentiel commercial ? Bref, définir de façon concertée et claire ce qu'on entend par « meilleur » et « novateur » est important. Et définir si l'évaluation par les pairs est la meilleure solution pour juger seule de l'excellence. Il faut aussi redonner au public une voix dans ces sélections. Ceci afin de ne pas trop s'éloigner des quêtes identitaires, des goûts, des aspirations du grand public. Surtout que « le grand public » n'est pas un bloc monolithique...

Action 2

Miser sur la jeunesse émergente. Financer un partenariat avec le RIASQ visant à mettre sur pied un « intercollégial » (équivalent de « cégep en spectacles ») dédié à la création audiovisuelle chez les jeunes de même qu'à la promotion des œuvres québécoises. De la même façon, créer un partenariat avec les URLS (réseau des unités régionales loisirs sports) visant à créer l'équivalent d'un « secondaire en spectacles » mais dédié à la création audiovisuelle chez les jeunes du secondaire. Une telle initiative pourrait aussi se greffer aux événements existants de même qu'au programme « Culture québécois et citoyenneté ».

L'impact de ce type de réseau sur le parcours culturel des jeunes artistes émergents est déterminant et a maintes fois démontré son succès à être une pépinière à talent (les grands noms de la scène ont - pour la plupart - passé par ces parcours). Un équivalent pour la création audiovisuelle contribuerait fortement à créer une culture de l'excellence en audiovisuel dès l'émergence du talent brut; l'adolescence. Ce talent serait fédéré. On peut ainsi accéder/mentorier/appuyer cette « fédération de talents » et en faire un environnement propice à l'émergence des meilleurs créateurs, créatrices. Bref, l'idée serait de miser sur une initiative générationnelle. Les talents fleurissent si l'engrais duquel ils se sont nourris est exceptionnel.

Action 3 :

Désigner une personne imputable de maintenir un environnement de création optimal et de s'assurer que les talents émergents découverts dans le milieu secondaire, collégial et universitaire puisse être promptement dirigé vers une professionnalisation. Éviter de répartir l'imputabilité de cet aspect entre la Sodec et le Calq. Quand c'est la responsabilité de tout le monde, c'est la responsabilité de personne. Cette personne devra répondre à des critères objectifs et subjectifs de performance.

Considérer l'excellence comme une chaîne, un continuum, et financer toute la chaîne de l'excellence (voir vision)

Question complémentaire : qu'entend-on par «Promouvoir la créativité sous toutes ses formes»?

Ne s'agit-il pas d'un concept trop large alors qu'il s'agit ici de création audiovisuelle ? Ne serait-il pas intéressant de parler plutôt de «promouvoir la diversité des histoires, la diversité de leur provenance et de leur point de vue en format audiovisuel » ? (en stimulant notamment la production partout au Québec, hors des grands centres également, en RÉGIONS)
Je crois qu'on gagnerait à préciser de quel type de créativité il s'agit dans le cadre des travaux.

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

Dans 10 ans, un raconteur ou une raconteuse d'histoire émergent peut adopter l'audiovisuel comme moyen d'expression et y déployer son talent de façon exceptionnelle, peu importe sa région de résidence au Québec. A l'école secondaire, il le fait à titre exploratoire pour développer sa curiosité, s'exprimer et découvrir les outils de conception, les plateformes, et cultiver son intérêt pour l'audiovisuel québécois. Au postsecondaire, il voit son talent se consolider et commence à être mentoré, et reconnu grâce à un encadrement, de la formation, des ressources et de la valorisation/célébration du talent dans le réseau des cégeps et des universités. Et ensuite, s'il le souhaite, il peut en faire une carrière en disposant de moyens facilitant son entrée et sa notoriété auprès des entreprises et des organismes professionnels pour assurer une professionnalisation des meilleurs talents. Le nom de ces talents circulent de façon fluide d'un pôle à l'autre en impliquant tous les intervenants de la chaîne scolaire/professionnel dans une démarche concertée, un CONTINUUM stratégique idéalement financé par un seul organisme pour l'ensemble de cette chaîne. Le talent peut s'intégrer à tout moment dans ce continuum puisqu'un volet adulte est aussi prévu, pour permettre aux «deuxièmes carrières» de fleurir, et surtout... à toutes les histoires d'être racontées, y compris celles des nouveaux arrivants.

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

- Secondaires en spectacles
- Cégeps en spectacles
- Festival en chanson de Petite vallée
- Concours international de la chanson de Granby

Et dans un autre ordre idée...

- tout le réseau de hockey mineur qui a créé un environnement propice à l'excellence du talent québécois en hockey...pourquoi ne pas valoriser notre talent à raconter des histoires dès l'enfance et dès l'adolescence ?! Soyons aussi dynamiques et passionnés!

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?

Action 1.

Abolir les critères de genre et de formats dans l'application des crédits d'impôts pour se concentrer plutôt sur l'origine de la propriété intellectuelle. (Par exemple, une p.i. québécoise ou un format original serait hautement valorisé ou favorisé). Ceci afin de permettre la diversification et l'innovation, un éclatement positif. Les critères de genres et de formats/durée ont tendance à « mettre dans des cases », la créativité ce qui nuit à l'innovation et ce faisant, leur attractivité.

Action 2.

Créer des bonifications de crédits d'impôts basés sur les clientèles mal desservies ou des contextes de production difficiles, plutôt que les genres. Je pense ici à des bonifications substantielles pour la production de contenu pour enfants et la production en contexte régional. L'objectif d'une bonification devrait toujours être de réduire une barrière à l'entrée. Ce faisant, on s'assure toujours d'une diversification des propositions. Une bonification pour les procédés coûteux (VFX, animation) devrait aussi être maintenue afin de garder une qualité exceptionnelle à l'écran et garder nos contenus compétitifs et attrayants.

Action 3

Favoriser une application des crédits d'impôts qui soient proportionnelle à la titularité de cette propriété intellectuelle et à la propriété indépendante. (VS diffuseur-actionnaire)

Action 4

Établir des déclencheurs de crédit d'impôt qui soient fondés sur l'accès au public québécois, plutôt que sur la titularité d'une licence ou l'approbation d'une plateforme,

ceci afin de s'affranchir de la date de péremption créée par les évolutions technologiques. Énoncer des **principes** plutôt que des critères trop précis pour s'assurer de l'agilité du médium où une œuvre audiovisuelle peut être présentée.

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

Dans 10 ans, un raconteur ou une raconteuse d'histoire ne se préoccupe plus de la plate-forme, du format, de la durée ou du genre.

Il crée dans l'intérêt et la pertinence de son histoire et du public pour qui elle est destinée, qui lui, est clarifié/nommé à chaque projet. On retrouve les œuvres audiovisuelles dans différents formats, durée et moyens de distribution et de monétisation et ces œuvres sont éligible aux crédits d'impôt si sa distribution est montrée comme pouvant rejoindre une part raisonnable / appréciable du public québécois. Les barrières à l'entrée (la production régionale ou le recours à des procédés de VFX) sont compensées par des bonifications du crédit d'impôt permettant d'assurer en tout temps, une diversité / variété et qualité de contenu et de provenance de contenu.

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

- Reconnaissance des plateformes numériques au BCPAC
(ces mécanismes existent déjà en fait... mais cela pourrait être optimisé!)

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?

Action 1

Mandater l'OCCQ à sonder, mesurer, prendre le pouls, en continu de la jeunesse québécoise, de ses intérêts en matière de contenus audiovisuels et de plateformes. Créer un programme afin de permettre aux association de l'industrie de mener, eux aussi, des consultations pertinentes relatives aux 17 ans et moins (je pense aux habitudes d'écoutes de musique pour les enfants de moins de 13 ans, qui devraient être sondées par l'ADISQ parce que cela a un impact sur le contenu audiovisuel)

Action 2

Terrain. Terrain. Terrain. Assurer une présence continue dans les écoles, notamment en offrant des formations aux enseignants sur la façon d'utiliser les contenus audiovisuels destinés à la jeunesse. Assurer une présence continue de nos œuvres audiovisuelles québécoises dans le cours «Culture québécoise et citoyenneté» Enseigner aux enfants comment trouver les contenus québécois. Financer le déploiement sur le terrain d'activation, d'initiatives promotionnelles destinées à faire connaître les contenus audiovisuels destinés à la jeunesse, mais aussi créer des opportunités de diffusion de ce contenu sur le terrain. Se retrouver sur le chemin des enfants, de façon créative : association de sports, festivals, garderies, etc.

Action 3

Révision du cadre législatif pour favoriser le contenu jeunesse notamment :

a) Réviser la loi de la protection du consommateur pour permettre la publicité annexée à des contenus audiovisuels familiaux. Cette publicité serait hautement balisée et encadrée et devra répondre à un code éthique strict, ceci afin de permettre la naissance de nouveaux modèles d'affaires qui stimulent la production de contenu destiné à la jeunesse.

b) Imbriquer, dans toutes les nouvelles règles liées à la découvrabilité une RÈGLE TRANSVERSALE qui soit un engagement envers la prochaine génération : une part de rayonnement supérieure ou égale à 20%, soit les poids démographique des jeunes de 17 ans et moins. Obliger « tout distributeur de contenu physique » Et « tout téléviseur connecté » de proposer des contenus francophones destinés aux enfants. Je pense également ici aux centres de divertissement des automobiles, le plus gros angle mort de l'industrie jeunesse québécoise à l'heure actuelle à mon avis. Tic-tac-tic-tac le compteur tourne avant qu'il ne soit irrémédiablement trop tard.

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

Dans 10 ans, le financement des œuvres audiovisuelles destinées à la jeunesse est suffisant notamment grâce à une bonification des crédits d'impôts pour les œuvres destinées à ce public, à une diversification des sources de financement découlant de l'ouverture aux investissements privés et aux modèles d'affaires publicitaires, à l'encouragement du mécénat et à un financement stable et pérenne de la programmation jeunesse de Télé Québec. Les lois et règlements, fondé sur un principe d'accès et de mise en valeur, empêchent les fabricants de »hardware « de restreindre via » software « - ou autrement- l'accès aux contenus francophones pour enfants et contraint ces plateformes à présenter de façon » tout aussi avantageuse « les contenus francophones qu'anglophones destinés aux enfants. Les nouvelles règles liées à la découvrabilité **tiennent en tout temps compte de la prochaine génération**, en obligeant le respect d'une RÈGLE TRANSVERSALE GÉNÉRATIONNELLE : une part de rayonnement supérieure ou égale à 20%, soit les poids démographique des jeunes de 17 ans et moins.

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

- Magazine Les Débrouillards.

(les magazines jeunesse bénéficient d'une exemption en matière publicitaire. Ceci a permis une pérennité de ce magazine ainsi que de sa rentabilité. Ce magazine a aussi tissé de précieux liens avec le milieu scolaire. Un éclatant modèle de réussite!)

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?

Action 1.

Obliger les fabricants de «hardware» qui conviennent d'ententes commerciales avec des plateformes internationales, à faire rayonner de façon tout aussi avantageuse, le contenu francophone que le contenu anglophone dans toute application «software» livrée avec le produit hardware.

Action 2.

Créer un programme destinés aux villes et municipalités permettant d'obtenir le financement pour déployer des « popup » cinémas, qui permettent aux municipalités et aux villes de présenter des œuvres cinémas et télévisuelles avec des écrans portables/gonflables et projecteurs dans les parcs et les lieux de proximité culturelle, ceci afin de permettre aux personnes de «s'enfarger» dans notre culture. Ceci afin de permettre au public québécois d'aller à la rencontre de ses oeuvres audiovisuelle de façon spontanée. Il faut toujours aller vers le public avant que le public vienne vers nous.

Action 3

Créer un fonds permanent permettant aux diffuseurs de développer technologiquement les applications et les mises à jour nécessaires des applications compatibles sur les «hardware» multiples, de la télé, en passant par la Roku, de la X-Box en passant par le Amazon Stick et le système média des autos. Il faut que les télédiffuseurs disposent de moyens de créer des portes d'entrée dans ces univers, et ce, en continu. Ça ne doit pas être ponctuel. Ça doit être systémique!

QUESTION SUPPLÉMENTAIRE

7) 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.

Créer le programme Souvenir Québec

J'aimerais vous suggérer la création d'un programme de droits de licence en «pay per click ou «pay per view» intitulé «Souvenir Québec» ou «Mémoire Québec». Ce programme de licence permettrait à Télé-Québec, d'exploiter une plateforme nommée Souvenir Québec, qui donnerait accès à une oeuvre audiovisuelle financée par les fonds publics, de façon pérenne, sans publicité. Une licence patrimoniale, en quelque sorte. Une bibliothèque nationale de l'audiovisuel accessible en tout temps par le web.

Tous les contenus produits avec les crédits d'impôts devraient obligatoirement s'inscrire à ce programme de licence, 5 ans après la sortie. Une série de conditions devraient accompagner ce programme de droits de licences pour ne pas qu'il nuise à la capacité du producteur de continuer d'exploiter l'oeuvre sur les différents marchés locaux et internationaux. Voici un exemple de ce que pourrait être les principes directeurs.

- 1) Présence sur cette plateforme, uniquement à partir de la sixième année d'exploitation
- 2) Aucune publicité annexée aux contenus, aucune publicité directe d'un titre au détriment d'un autre, contenus classés par ordre alphabétique. (afin de réserver l'exploitation de ces modèles d'affaires par le producteur)
- 3) Licence non exclusive, géolocalisée au Canada, ce qui permet au producteur de continuer l'exploitation sur le marché local et international.
- 4) Principe général du programme : Le public québécois ne se voit jamais dépouillé de son droit collectif d'accéder à une oeuvre. Idem pour les écoles. Mais ce faisant, on laisse quand même la chance au producteur de continuer de faire rayonner sa p.i.
- 5) Une catégorie de redevances spéciale serait négociée avec les ayants droits (comédiens, scénaristes, etc.) pour qu'elle constitue un pourcentage sur les revenus du producteur.
- 6) Les contenus davantage visionnés recevraient davantage de rémunération.

La base de répartition serait un frais annuel de licence du Gouvernement du Québec, versé à la plateforme Souvenir Québec (sur le modèle de la licence annuelle fixe SOCAN payées par les grands réseaux de télévision) Cette argent servirait à couvrir les coûts d'exploitation de la plateforme (par exemple, à la hauteur de 30%, et 70% des revenus seraient redistribuées aux ayants droits) .

Mais surtout, cette promesse de revenu, continue et pérenne permettrait de valoriser les catalogues qui seraient alors plus volontairement mis à disposition du public. Ceci permettrait aussi de favoriser les initiatives de repreneuriat de catalogues par des intérêts locaux. Un «back-catalogue» qui génère des revenus, c'est un catalogue qui a de la valeur. Ces acquisitions sont généralement financées par la Banque d'affaires de la Sodec. Un cercle vertueux, donc....

Pour toutes questions, je serais intéressé à vous parler davantage de la réalité jeunesse et régionale en productions audiovisuelles. Pouvoir partager avec vous cette passion des contenus qui résonnent et transforment serait un honneur! Au plaisir.

Daniel Coutu
daniel@prestigo.ca