

Mémoire sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec

Contribution d' E.D. FILMS

Préparé par : Amélie Masson Labonté & Emily Paige

Montréal, 29 novembre 2024

Pour le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec
Ministère de la Culture et des Communications du Québec

Mémoire sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec

E.D. Films - Contribution aux travaux

Grâce à une consultation auprès des acteurs de l'industrie, le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec souhaite connaître les idées et pistes de solution concrètes pour assurer l'avenir de l'industrie audiovisuelle québécoise. Acteur du milieu depuis 17 ans, voici la perspective de notre studio.

Y a-t-il d'autres pistes de solutions ou d'autres éléments que vous aimeriez porter à l'attention du Groupe de travail ?

De prime abord, nous souhaitons entamer ce mémoire en répondant à la dernière question. Les objectifs présentés dans le questionnaire de contribution nous ont semblé passer à côté d'éléments essentiels, de priorités plus criantes et fondamentales qui selon notre perspective devraient être adressées en premier. Selon nous, toute démarche de diagnostic et de restructuration pertinente, réside dans la capacité de poser des questions difficiles. Voici les principales questions qui nous préoccupent :

- Quels sont les principaux problèmes rencontrés par les acteurs de notre industrie, et quels sont leurs plus grands besoins?
- Quels sont les plus grands manques et défaillances du système actuel?
- Quelles pratiques sont à revisiter dans le cadre de la crise climatique?
- Notre industrie est-elle une industrie durable?
- Comment pouvons-nous mieux soutenir la relève? De quoi les nouvelles générations ont-elles réellement besoin ?
- Quelles valeurs sont véhiculées par nos organismes subventionnaires à travers les productions sélectionnées.

Proposition N° 1 - Revisiter les structures organisationnelles qui contribuent à l'écosystème telles que le MCCQ, la SODEC, ainsi que toutes les institutions et les systèmes de gouvernance qui représentent le secteur culturel et audiovisuel afin de favoriser leur décolonisation et leur restructuration.

- a. Réaliser un diagnostic en profondeur de ces structures organisationnelles afin d'identifier les biais inconscients imprégnés de colonialisme, c'est-à-dire d'une supériorité du regard occidental, qui peuvent sous-tendre les mécanismes de ces institutions depuis leur fondation.

- b. Restructurer les systèmes de gouvernance, les organes gouvernementaux, l'appareil ministériel, ainsi que les autres organismes publics relevant du ministère de la Culture et des Communications afin de suivre les recommandations issues du diagnostic pour soutenir la décolonisation.

Proposition N° 2 - Encourager les entreprises du secteur audiovisuel à reconsidérer leur modèle d'affaires pour le rendre profitable et ne pas dépendre de manière aussi importante du financement public. Développer des outils pour soutenir cette durabilité économique.

- a. Est-il normal qu'une majorité d'entreprises en production de contenus audiovisuels soient déficitaires? Selon le rapport d'UPPCQ qui est sorti en 2024, c'est le cas. Qu'est ce qu'une telle situation peut nous apprendre sur notre industrie? C'est un problème systémique préoccupant où l'ensemble de l'industrie semble dépendant des organismes subventionnaires et des bureaucraties, laissant peu de place à un discours sur l'investissement privé ou tout simplement sur l'éducation financière des entreprises et de leurs dirigeants.
- b. Avec en perspective une durabilité économique de l'industrie, il serait judicieux d'encourager une évolution dans les pratiques financières des entreprises de création de contenu en offrant des formations, des guides pratiques, du mentorat, ou en faisant davantage de promotion autour de la diversification des revenus : publics, privés et auto-générés.

Proposition N° 3 - Revoir les pratiques de l'industrie autour de la sollicitation et des consultation non-rémunérées, la mobilisation et l'investissement des équipes en amont des ententes contractuelles, et de manière générale, réduire les attentes à ce que les producteurs indépendants assument les heures investies à partir de leur flux de trésorerie.

- a. La sollicitation de travail non rémunéré - et sa normalisation - sont des pratiques qui touchent de manière disproportionnée les travailleurs du secteur culturel toutes disciplines confondues. Une problématique tenace, qui peut s'amenuiser grâce à de patients efforts de sensibilisation, de campagnes médiatiques et d'éducation répétées. Il pourrait être intéressant de mesurer et quantifier tout ce travail invisible dans le but de le reconnaître, et qui sait peut-être aller chercher une solution du côté d'un allègement fiscal pour les heures investies?

Proposition N° 4 - Concevoir un système de reconnaissance valorisant davantage la qualité, la durée de vie et la maximisation des productions culturelles plutôt que d'encourager les productions rapides, fréquentes et sombrant rapidement dans l'oubli.

- a. La cadence et le rythme de production des entreprises du secteur audiovisuel, calqué sur le modèle capitaliste de la société de consommation, est marqué par une frénésie, voire une pression à toujours produire davantage. Ce système de “*fast and cheap production*” à l’instar de la restauration rapide, est encouragé par les structures organisationnelles, perpétué les par producteurs de contenu, et soutenu par l’investissement des ressources collectives.
- b. Pourquoi ne pas repenser l’industrie de manière plus durable? Pourquoi ne pas maximiser nos productions et toutes les composantes qui ont été conçues pour les bâtir? Pourquoi ne pas mieux mettre de l’avant nos archives audio-visuelles et notre histoire? Nous aimerions voir plus d’initiatives de projets durables, pas seulement en termes de revenus, mais aussi gardant vivants nos projets, en les revisitant de manière évolutive. Peut-être est-il temps de s’inspirer du domaine de la mode et d’apprendre à *upcycler*, c’est-à-dire créer du neuf à partir de matière première réutilisée. Nous investissons collectivement dans des projets qui sont livrés puis classés, et mis de côté dès qu’ils sont terminés. La Cinémathèque québécoise a la mission louable d’acquérir, de documenter et de sauvegarder notre patrimoine cinématographique, télévisuel et audiovisuel, mais il reste difficile de consulter, découvrir et d’avoir simplement accès à notre patrimoine numérique. Avec la fermeture de ses studios interactifs de Vancouver et de Montréal en 2024, l’ONF place (approx) 90 œuvres interactives face à un avenir incertain. Comment seront préservées ces créations qui supportent particulièrement mal l’épreuve du temps, les changements de plateformes, de technologies ou les mises à jour logicielles?
- c. Ne serait-il pas possible de concevoir des projets à durée de vie prolongée? Nous suggérons d’encourager les productions qui comprennent une optimisation bâtie à l’intérieur, réfléchie dès la conception. Cette optique permettrait de justifier la qualité et l’attention au détail des actifs, éléments 2D, 3D, arrière plans ou visuels, puisqu’ils seraient capitalisés à travers différents formats de production, par exemple : courts-métrages, long métrage, documentaire, VR, installation en réalité mixte, trame sonore, installation sonore, livre, livre numérique, oeuvres papier, sculpture, etc. Cette optimisation pourrait être facilitée grâce à des partenariats et des coproductions entre des entreprises développant des produits complémentaires.

Soutenir la production de contenus variés de qualité

Proposition N° 5 - Au-delà de la qualité visuelle et de la variété des productions soutenues, réaliser un exercice de réflexion autour de la question de thèmes et des messages dans les productions subventionnées.

- a. Nous nous questionnons sur la vision, le système de valeur et la direction que les pratiques et les processus des organismes subventionnaires sous-tendent. Serait-il nécessaire de revisiter leurs valeurs et leur direction pour se demander “Quelles histoires veut-on raconter?” Y a-t-il une vision? Mis à part la qualité des productions, ou leur variété, quel est le message des productions qui enrichissent notre répertoire? Il y a ici, une opportunité de renforcer notre cohésion sociale autour d’une vision collective de la production culturelle, peut-être de mettre en valeur d’un riche héritage lié au territoire et à l’écologie, au patrimoine vivant, à la culture populaire, à la littérature, à nos archives collectives, à notre patrimoine visuel ou musical, etc.

Accroître la production de contenus jeunesse

Proposition N° 6 - L’urgence de la crise climatique, l’automatisation du travail par l’IA, la perte du pouvoir d’achat, l’accès à la propriété qui s’amenuise et l’écoanxiété, un sentiment grandissant qui assombrit les perspectives d’avenir chez les jeunes et influe directement sur leur avenir professionnel, ne peut être ignoré. Il faut tenir compte de cette réalité criante autant dans la production de contenus jeunesse, que dans toute question touchant la relève de l’industrie.

Selon Britt Wray, chercheuse de l’Université Stanford spécialiste de l’impact des changements climatiques sur la santé mentale, l’écoanxiété peut conduire à l’impuissance, au désespoir et à la perte de confiance en l’avenir, en particulier pour les personnes de la génération Z, nées entre 1997 et 2012. Selon la chercheuse¹, 40% des jeunes de cette génération sont si inquiets pour l’avenir qu’ils sont réticents à l’idée d’avoir des enfants. En 2021, un collectif d’auteurs publiait les résultats d’une étude dévastatrice sur l’impact des changements climatiques sur les jeunes adultes et les adolescents. *Young People’s Voices on Climate Anxiety, Government Betrayal and Moral Injury: A Global Phenomenon* est une étude menée dans plus de 10 pays publiée par le réputé journal Académique The Lancet.

¹ SCHIFFMAN, Richard. “For Gen Z, Climate Change Is a Heavy Emotional Burden”, Interview, Yale Environment 360, Yale Scholle of

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, dans les espaces tant traditionnels que numériques.

Proposition N° 7 - Revoir la chaîne de diffusion des contenus audiovisuels, XR et numériques afin de baliser des chemins, offrir des structures et des systèmes pour supporter les créateurs de contenus dans une meilleure diffusion de leurs œuvres. Une diffusion à la fois accessible et pérenne, et pourquoi pas génératrice de revenus?

- a. La chaîne de diffusion de contenus audiovisuels est à l'heure actuelle très individuelle, c'est-à-dire remise à l'artiste et au producteur de contenu. Elle est à repenser de manière cohésive pour les créations XR et numériques. Mis à part quelques joueurs clés, quelles sont les chaînes de distribution existantes et accessibles aux producteurs de contenus? Il n'y a ni systèmes, ni structures sur lesquelles se reposer. Trop souvent, le démarchage autour de la distribution et de la promotion incombe aux producteurs et leur équipe, des gens qui ne sont ni formés, ni spécialistes en marketing, ils cumulent de longues heures de travail invisible pour atteindre des résultats souvent insatisfaisants. Il faut collectivement regarder l'ensemble de la production existante et se demander comment optimiser notre répertoire. Combien y a-t-il de projets, pertinents pour la collectivité mais que personne ne peut consulter? Il faut leur donner une nouvelle vie, s'assurer qu'ils ne soient ni jetables, ni oubliés.
- b. Serait-il possible d'investir de l'argent en éducation autour de la valorisation de notre héritage numérique collectif?

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

Proposition N° 8 - Tout en continuant de favoriser le rayonnement international, serait-il aussi possible d'encourager les productions enracinées dans les communautés locales, axées sur le rayonnement et l'impact dans les collectivités et favorisant les coproduction et partenariats de proximité?

- a. On dit que nul n'est prophète en son pays, et il est vrai qu'au Québec il y a une certaine tendance à valoriser davantage de ce qui se passe à l'extérieur ou à l'étranger - coproductions, reconnaissance, partenariat - que ce qui se passe chez nous. Chez E.D. Films, nous sommes les premiers et premières à nous réjouir du développement de nouveaux marchés. À l'heure actuelle, dans un climat politique turbulent et un contexte économique difficile, c'est un soulagement pour nous de pouvoir compter sur nos nouveaux clients Sud coréens, Taiwanais et sud Africains.
- b. Ne serait-il quand même pas important, et plus durable, d'envisager de privilégier aussi le local dans les coproductions, les collaborations, le travail avec les autochtones d'ici sans une pression aussi grande à performer l'extérieur du pays? Ne donner de la reconnaissance qu'à ceux qui réussissent à l'étranger, est un phénomène nourri par le système actuel. Poussant l'écosystème entier à aller vers l'extérieur plutôt que se concentrer vers l'intérieur, alors qu'il existe tellement d'enrichissement possible chez nous.
- c. Le rayonnement international nous tient à cœur mais ne pourrait-il pas être plus réfléchi, et mieux pensé? Au lieu de devoir couvrir une pléthore d'événements et de festivals partout sur la planète, symbole d'une industrie morcelée, qui évolue parfois en silo, nous serions tentés de vouloir en faire moins mais mieux. Le développement de l'écosystème local est tout aussi important en plein cœur de la crise climatique.
- d. Encourager les productions racontant les histoires d'ici, plutôt que les histoires d'ailleurs, de notre héritage, et enracinés dans les communautés locales nous semble aussi une piste prometteuse pour favoriser le rayonnement de la culture québécoise à l'international.