



Mémoire du Conseil du Québec de la Guilde canadienne des réalisateur.trices

**Présenté au Groupe de travail sur l'avenir de
l'audiovisuel du Québec**

Version finale 29 novembre 2024

INTRODUCTION

Le Conseil du Québec de la Guilde Canadienne des réalisateur.trices (GCR Québec) est ravi d'avoir l'opportunité de soumettre un mémoire devant le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec.

En tant qu'organisation syndicale, le Conseil du Québec compte près de 900 membres œuvrant dans tous les secteurs, autant sur les productions québécoises de langue française et anglaise, que pour les productions américaines et les annonces publicitaires (voir le tableau de représentation en annexe 1). Ces membres proviennent de plusieurs départements et occupent des fonctions couvrant tous les domaines allant de la réalisation, de la production, de la direction des lieux de tournage à la conception artistique. Au niveau national, la Guilde est présente d'est en ouest, représentant près de 7500 membres.

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

Dans le cadre des consultations du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec, GCR Québec recommande que le gouvernement du Québec :

1. De minimalement maintenir au niveau actuel les incitatifs fiscaux en place pour les productions de service étrangères et pour la production québécoise et ce, pour assurer la pérennité des emplois, le rayonnement et la promotion de ses talents créatifs québécois sous toutes ses formes.
2. De créer une plateforme internet permettant de démystifier les différents métiers existants en audiovisuel et les programmes de formation en place. Coûts de mise en place du site internet : 500 000\$.
3. De mettre en place une série de mesures pour assurer la découvrabilité des contenus.
4. D'élargir la bonification régionale ou de créer un crédit d'impôt de 3% additionnel sur le taux de base pour la production cinématographique québécoise et sur le crédit d'impôt sur les services de production cinématographique applicables aux dépenses engagées en dehors du Grand Montréal. Le coût d'implantation est estimé à 5 à 6.8M \$ selon une étude réalisée par la firme Demers Beaulne en collaboration avec le BCTQ et l'AQPM.
5. De modifier les règlements de la SODEC afin que les producteurs soient dans l'obligation de fournir, en appui à leur demande de subvention, une lettre provenant de chacun des syndicats concernés confirmant qu'ils ont bien conclu une entente collective.
6. D'entreprendre immédiatement la mise à jour de ses programmes de financement en audiovisuel afin de prendre en compte l'usage de l'intelligence artificielle, et en mettant en place des exigences et des critères d'éligibilité afin de s'assurer que les outils d'IA sont utilisés pour soutenir et non remplacer les travailleurs.

CONTEXTE

Le secteur de l'audiovisuel québécois vit actuellement des bouleversements importants, et cela est bien condensé dans la présentation du mandat du Groupe de travail. Depuis dix ans, il y a eu des changements profonds dans les habitudes de visionnements, le public délaissant les diffuseurs traditionnels et le milieu des affaires peinant à trouver un nouvel équilibre.

Toutefois, nous tenons à souligner qu'au-delà de ce qui se passe ici au Québec et ailleurs au Canada, le secteur de l'audiovisuel est également en pleine tourmente au niveau international.

Il faut dire que la transformation de notre secteur était déjà bien amorcée avant la pandémie avec l'arrivée des plateformes numériques et les changements dans les modèles d'affaires, avec comme résultat un impact direct sur les financements de projets. Puis, la pandémie est survenue, mettant un frein aux tournages et ce, sur une base internationale.

Or, le milieu de l'audiovisuel n'était pas au bout de ses peines. Une deuxième secousse se fit sentir en 2023. Alors que l'industrie se relevait tout juste de la pandémie, les grèves de la Writers Guild of America (WGA) et de SAG-AFTRA aux États-Unis ont fortement secoué le milieu. Le séisme s'est fait sentir autant auprès des studios américains qu'au sein de la main-d'œuvre, et ceci a eu des répercussions au Canada ainsi qu'ailleurs dans le monde. Ces grèves historiques auront duré 148 jours pour la WGA et 118 jours pour la SAG-AFTRA. Au cœur des litiges entre les parties, on retrouvait entre autres, les questions de redevances payables pour la diffusion sur les plateformes numériques et l'utilisation de l'intelligence artificielle.

Au Québec, la main-d'œuvre qui se remettait à peine de la pandémie s'est retrouvée de nouveau malmenée par le climat d'instabilité. Les productions de service américaines se sont raréfiées au début de l'année 2023 dans l'anticipation des possibilités des conflits de travail à venir à la fin du printemps. Cela a eu pour conséquence que nos membres habituellement actifs dans le secteur américain sont restés sans contrats pendant des mois, et plusieurs ont malheureusement perdu leur couverture d'assurance-emploi au courant de l'année 2023, menant certains à la détresse financière. Nous avons dirigé ces membres vers les services d'aides aux membres et aussi auprès de l'AFC, un organisme de charité qui a distribué plus de 3.3M\$ en assistance financière à la main-d'œuvre de l'industrie canadienne en 2023 seulement. Mais malgré tout, cette insécurité financière et ces soubresauts de l'industrie ont mené à ce que plusieurs de nos membres délaissent le milieu de l'audiovisuel pour d'autres secteurs.

À la suite de la ratification des ententes de la WGA et de SAG-AFTRA, nous aurions pu nous attendre à une forte reprise du niveau d'activités. Toutefois, c'est loin d'être la réalité actuelle. En ce moment, on estime qu'en 2024, le niveau de production s'est abaissé de plus de 40% aux États-Unis alors que la production de service américaine a diminué d'environ 35% au Québec malgré la récente augmentation de son crédit d'impôt.

Au même moment, du côté de la production québécoise, on observe une baisse du niveau de production. De plus, les budgets des séries télévisées sont faméliques, et les producteurs mettent de la pression auprès des équipes de tournage afin que le contenu produit soit de qualité internationale face à la compétitivité internationale.

Le modèle d'affaires traditionnel semble être caduc, que ce soit ici au Québec ou ailleurs dans le monde. L'achalandage dans les salles de cinéma est à la baisse, et l'offre des plateformes étrangères de diffusion en continu menace la viabilité des plateformes nationales.

On remarque par ailleurs une baisse des commandes de séries et le nombre d'épisodes commandé par les diffuseurs est en déclin, passant de 18 épisodes à 12, puis à 8. Ceci a pour résultat d'encore plus fragiliser l'écosystème de production.

Au cœur de cette tempête parfaite réside, en plus, toute la question de notre identité culturelle. Comment faire en sorte que les nouvelles générations puissent regarder nos émissions et films québécois? Il est déjà difficile pour un

consommateur québécois averti de s’y retrouver au sein de l’offre pléthorique de multiples plateformes diffusant des œuvres des sept continents. Si on y ajoute la télé conventionnelle, YouTube, TikTok, les podcasts, il est facile de s’y perdre, à plus forte raison son identité culturelle.

Les enjeux sont énormes, la problématique est complexe et nous sommes tous dans le même bateau : la main-d’œuvre et les organisations syndicales, les producteurs, les diffuseurs, les distributeurs, les institutions gouvernementales, les fournisseurs et tous les autres partenaires de l’industrie.

Dans un tel contexte, nous vous proposons dans les prochaines pages des solutions pour certains éléments, solutions qui nous l’espérons, permettront de contribuer à ce que le bateau de l’audiovisuel arrive à bon port. Prenez note que nous avons choisi de répondre seulement à quelques questions afin de nous concentrer sur celles qui nous touchent de plus près.

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?

i) Assurer la pérennité des emplois

Il n'est pas possible d'assister à l'émergence d'un vivier de création et talent reconnu à l'international sans la possibilité de pouvoir gagner sa vie adéquatement dans ce milieu. À la base de la pyramide de Maslow vient avant tout, les besoins physiologiques essentiels. Un individu doit pouvoir avoir des revenus suffisants permettant de se nourrir et de se loger si on veut s'assurer une rétention de la main-d'œuvre, que celle-ci soit créative, logistique, technique ou organisationnelle.

De prime abord et depuis toujours, l'industrie de l'audiovisuel offre des emplois à durée déterminée à nos membres. Ce sont des conditions de travail précaires et l'instabilité des emplois est généralement génératrice de stress chez nos membres. L'instabilité des contrats affecte grandement leur santé mentale et financière. De plus, ces dernières années, avec les baisses budgétaires s'ensuit une diminution de la durée des contrats. Malgré tout, même si l'artiste se retrouve avec beaucoup moins de temps pour effectuer le même travail avec moins de ressources, il devra tout de même fournir à la production un produit ou un service de qualité égale, augmentant encore plus le stress lié à l'obligation de performance. Après tout, chaque pigiste est facilement remplaçable dans cette industrie hautement compétitive où le moindre faux pas est rarement pardonné. Dans ce contexte, la formation professionnelle deviendra une clé importante que nous aborderons un peu plus bas.

Bénéfices sociaux

La durée réduite des contrats signifie un revenu annuel inférieur, un cumul de REER moins élevé, un accès à un plan d'assurance collective moins avantageux et également, l'obligation de cumuler plusieurs contrats pour s'assurer minimalement d'être couvert par l'assurance-emploi pour ceux qui y sont éligibles. Au bas mot, ce sont donc tous les filets sociaux qui sont affectés par les baisses budgétaires.

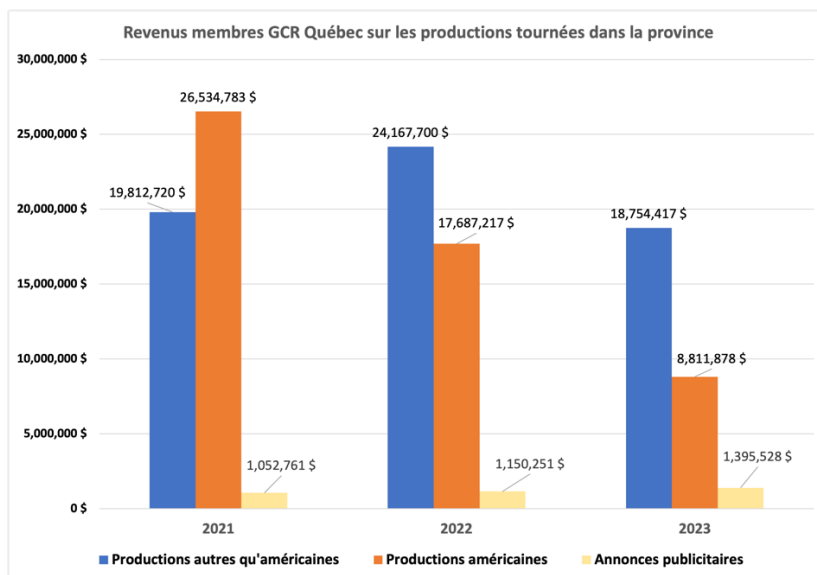
Notons au passage que dans le milieu de l'audiovisuel, ce sont les syndicats qui ont la responsabilité de gérer les régimes de REER et d'assurance collective de leurs membres. C'est pourquoi la Guilde doit s'assurer de la santé financière des deux régimes afin de desservir ses membres d'est en ouest. À la Guilde, la couverture des membres est établie selon la moyenne de contributions reçues dans les deux dernières années. Il va sans dire que le régime d'assurance collective a été largement impacté par la pandémie et par les grèves de 2023, le niveau de contributions reçues durant ces périodes étant descendu à des profondeurs abyssales. Le comité de fiduciaires a donc dû prendre très récemment des décisions difficiles afin d'assurer la viabilité du régime.

Opportunités d'emploi

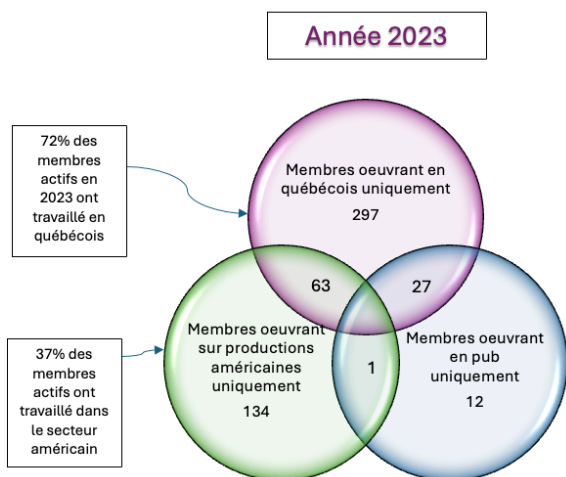
Pour les parties prenantes de l'industrie, le milieu de l'audiovisuel québécois est un écosystème formé de trois champs d'activités : les productions québécoises, les productions de services américaines et la production d'annonces publicitaires. Ces trois champs d'activités offrent à nos membres des opportunités d'emploi qui leur aideront à atteindre une meilleure stabilité financière sur une base annuelle.

Ci-dessous, vous trouverez les revenus de nos membres œuvrant au Québec pour les années 2021, 2022 et 2023. Il est facile de constater l'impact de la baisse de production de service américaine au Québec à la suite des grèves survenues en 2023. En 2023, les revenus de nos membres sur les productions québécoises et internationales

avaient baissé de 22% comparativement à 2022 alors que les revenus de nos membres sur les productions américaines avaient diminué de 50%.



Il a été avancé par certains que la production américaine nuirait à la production québécoise en entraînant une pénurie de main-d'œuvre et une hausse marquée des demandes salariales pour les producteurs québécois. Chacun de ses champs d'activités est unique et il y a des différences notables entre chacun d'eux notamment : le rythme de travail, le nombre d'heures travaillées par jour, l'engagement à court, moyen ou long terme et la segmentation des emplois. Généralement, nos membres œuvrent dans les champs d'activités correspondant à ce qu'ils recherchent et à leur situation personnelle.



Pour les fins du présent document, nous avons tiré les données de l'année 2023, la plus récente année civile complétée et nous avons comparé les revenus selon les champs d'activités. Dans le tableau ci-contre, vous retrouverez le nombre de membres actifs par champs d'activités. Selon les données recueillies, 534 membres ont été actifs sous un contrat GCR-Québec durant l'année 2023. De ces 534 membres, 72% ont œuvré dans le secteur québécois alors que 37% ont œuvré sur les productions américaines. À noter que seulement 11% de ces membres ont œuvré à la fois dans le secteur québécois et américain au courant de l'année malgré le fait que plusieurs membres étaient disponibles pour travailler en québécois à cause des grèves de la WGA et de SAG-AFTRA. Ceci s'explique sûrement en grande partie par le fait que le milieu de l'audiovisuel constitué en grande partie de pigistes est basé

sur les relations interpersonnelles et sur les affinités au sein des équipes. Les gens travaillent avec ceux qu'ils connaissent et pour obtenir un contrat, il faut généralement avoir des contacts.

Ces données ne sont pas parfaites car il y a certains de nos membres qui au courant d'une année pourraient travailler sous des contrats AQTIS 514 IATSE, ARRQ, SARTEC ou autres. Faute d'avoir accès à ces données confidentielles, nous croyons tout de même que le tableau ci-haut représente une image assez fidèle des différents champs d'activités de nos membres, toute proportion gardée.

ii) Un fait méconnu : les investissements étrangers massifs au service de la formation de la main-d'œuvre

La formation continue permet aux gens de l'industrie d'améliorer leurs compétences, d'acquérir des connaissances pointues sur de nouvelles technologies et de partager leur savoir-faire avec leurs pairs.

L'un de nos avantages purement québécois qui fait les envies de nos homologues canadiens est le volume de formation continue à prix réduit auquel nos membres ont accès. Les membres de la Guilde peuvent suivre des formations auprès de notre syndicat à un coût de 35\$ par jour et ils peuvent s'inscrire à ces formations offertes via la mutuelle de formation de L'inis. Mais d'où proviennent les fonds?

Regardons tout d'abord la mutuelle de formation de L'inis. En vertu de la Loi sur les compétences (communément appelée la Loi du 1%), la mutuelle de formation de L'inis est reconnue par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT).

Tout employeur au Québec ayant une masse salariale de 2M\$ et plus par année civile doit investir minimalement 1% de sa masse salariale en formation. Il faut savoir que du côté québécois, puisque chaque producteur ouvre la plupart du temps une compagnie coquille pour chaque production, le seuil d'assujettissement à la Loi du 1% est rarement atteint pour ce sous-secteur.

Les producteurs peuvent répondre à leurs obligations envers la Loi en offrant de la formation à leurs employés. Toutefois, étant donné le côté éphémère des productions, les producteurs ont rarement le temps d'organiser la formation en cours de production. Heureusement pour notre secteur, le gouvernement du Québec a mis sur pied des mutuelles de formation permettant à des employeurs de regrouper des ressources pour mieux organiser la formation.

C'est ainsi qu'à la fin d'une production, les producteurs pourront envoyer les sommes dues et inutilisées en formation à la mutuelle reconnue du secteur, nommément L'inis. Ainsi, son comité de formation constitué de tous les syndicats et associations d'employeurs du milieu de l'audiovisuel (dont nous faisons partie) pourra mutualiser les fonds dédiés à la formation et décider d'un plan de formation adapté aux besoins de toute la communauté québécoise en audiovisuel.

Outre les fonds versés à la mutuelle de formation de L'inis, les producteurs américains investissent également d'autres montants au Québec pour la formation. En effet, dans les ententes collectives que nous concluons avec les productions de service américaines, nous avons prévu un pourcentage que les producteurs doivent verser directement à notre syndicat pour que nous puissions offrir à nos membres des formations spécifiques liées à leur métier. Évidemment, les formations que nous offrons sont dédiées à tous nos membres, que ceux-ci travaillent dans le milieu québécois, sur les annonces publicitaires ou sur les productions américaines. C'est donc tout l'ensemble de nos membres qui en bénéficient.

La Guilde n'est pas le seul syndicat dont les ententes collectives avec les producteurs américains prévoient un pourcentage pour la formation, c'est aussi le cas du côté de l'AQTIS 514 IATSE. Si on cumule les montants recueillis dans le cadre de la mutuelle de formation et les pourcentages versés aux deux syndicats selon les ententes collectives, les investissements des producteurs américains à la formation continue au Québec sont plus que substantiels. Dans le tableau ci-dessous, grâce à la collaboration de L'inis et de l'AQTIS 514 IATSE, nous vous présentons les données représentant les investissements en formation continue au Québec, dont celles des productions étrangères de 2019 à 2023.

	L'Inis		GCR Québec	AQTIS 514 IATSE	Sous-total investissements en formation provenant des productions étrangères	Total investissements en formation continue provenant de toutes les productions
Année	Apports provenant des productions québécoises	Apports provenant des productions étrangères	Apports provenant de l'Entente standard en vigueur sur les productions américaines	Apports provenant des Ententes collectives avec les producteurs américains		
2019	51,640 \$	508,944 \$	165,728 \$	Non disponible	674,672 \$	726,312 \$
2020	28,200 \$	399,014 \$	67,486 \$	Non disponible	466,500 \$	494,700 \$
2021	82,096 \$	511,271 \$	142,723 \$	20,458 \$	674,452 \$	756,548 \$
2022	206,799 \$	320,201 \$	87,090 \$	587,809 \$	995,100 \$	1,201,899 \$
2023	150,128 \$	120,420 \$	45,090 \$	516,023 \$	681,533 \$	831,661 \$
TOTAL	518,863 \$	1,859,850 \$	508,117 \$	1,124,290 \$	3,492,257 \$	4,011,120 \$

Recommandation numéro 1:

Pour toutes ces raisons, si le gouvernement souhaite assurer la pérennité des emplois, le rayonnement et la promotion de ses talents créatifs québécois sous toutes ses formes, la GCR recommande de minimalement maintenir au niveau actuel les incitatifs fiscaux en place pour les productions de service étrangères et pour la production québécoise.

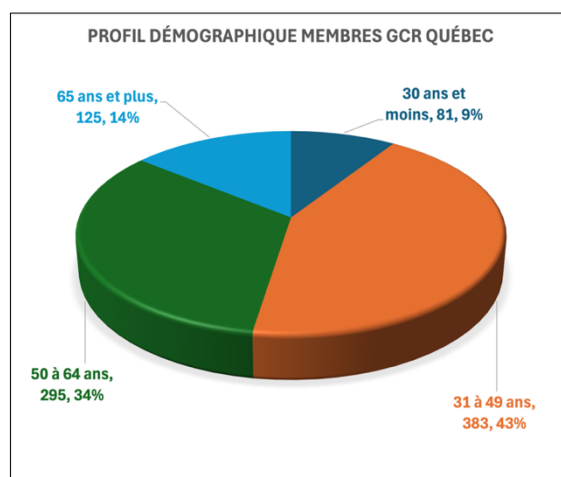
b) À moyen et long terme, quelle est votre vision d'avenir en lien avec cet objectif ?

La diversité sous toutes ses formes est primordiale pour permettre de raconter les histoires novatrices, de découvrir de nouveaux talents émergents et pour que notre culture que l'on voit sur nos écrans soit représentative de la société québécoise.

Selon un recensement effectué l'an dernier par la Guilde¹, le Conseil du Québec a moins de 15% de ses membres qui sont issus de la diversité, bien loin de la population canadienne qui s'élève à 26.5% selon le recensement canadien de 2021.

Il faut dire qu'il y a beaucoup de népotisme dans notre industrie. Nous avons une quantité importante de nos membres ayant des liens familiaux entre eux et qui ont débuté dans le milieu grâce à du bouche-à-oreille parce qu'il y avait soudainement un poste à combler sur une production. Nous avons également des membres qui sont issus de la 2^e ou 3^e génération familiale œuvrant dans le milieu de l'audiovisuel. On ne s'étonnera donc pas du manque de représentation de la diversité dans un tel contexte.

Très récemment, nous avons dressé le profil démographique de nos membres du Québec et 48% de nos membres ont 50 ans et plus (voir le tableau ci-contre) et se retireront petit à petit du milieu pour prendre leur



¹ Source: le recensement de la Guilde 2023, <https://files.dgc.ca/assets/national/Census/FR-DGC-CensusReport2023.pdf>

retraite. Malgré l'instabilité que vit notre secteur ces dernières années et la difficulté pour nos membres de bien y gagner leur vie, nous sommes optimistes que notre milieu se stabilisera dans les prochaines années. C'est pourquoi nous croyons qu'il est important d'assurer une relève.

Il faut donc sortir de nos ornières si on veut rejoindre des jeunes représentatifs de la population. La Guilde effectue annuellement une vingtaine de présentations dans les établissements d'enseignement au niveau collégial, universitaire et professionnel. Ces présentations nous permettent de transmettre de l'information aux futurs finissants sur la représentation syndicale du secteur, les possibilités d'adhésion et les opportunités d'emploi qui peuvent s'offrir à eux. Mais ces présentations se font auprès d'étudiants qui ont déjà fait le choix d'étudier à l'âge adulte dans le domaine de l'audiovisuel, nous nous adressons donc à des gens convertis. Qu'en est-il des élèves du secondaire?

En 2021, la Guilde a participé au colloque de l'ordre des conseillers et conseillères d'orientation du Québec (OCCOQ). Nous leur avons fait une présentation pour nous apercevoir très rapidement qu'il y avait beaucoup de méconnaissance de notre industrie et que les conseillers et conseillères ne recommandaient pas aux élèves de se diriger dans notre secteur. L'une des conseillères a même avoué devant les autres participants avoir déconseillé à sa propre fille de travailler dans l'industrie, car selon elle, « ce n'était pas payant et très instable ».

La population en général connaît les fonctions de comédiens, de réalisateurs et de directeurs photo. Mais ils ignorent tout des 200 autres fonctions de travail de notre industrie alors que les conditions de travail pour ces fonctions sont très différentes l'une de l'autre. Comment pourrait-on alors penser atteindre les jeunes, les sensibiliser et potentiellement les recruter pour notre milieu s'ils ne connaissent pas les différents champs d'expertise, les départements, les métiers et tenter de relier le tout selon leurs talents et leurs intérêts? Quelles sont les possibilités d'emploi, le revenu annuel potentiel, le contexte de travail, etc.? Il faut donc trouver un moyen d'atteindre les jeunes, leur communiquer de l'information pertinente sur les différentes possibilités d'emploi et convaincre leurs parents des opportunités avantageuses que le milieu de l'audiovisuel offre. Les outils de communication nous manquent pour rejoindre efficacement ce public.

En Colombie-Britannique, IATSE 891 a mis sur pied un site internet dédié aux jeunes, <https://ourwork.ca>, identifiant les 19 départements que le syndicat représente, les fonctions de travail selon les intérêts et les affinités de chacun, une capsule vidéo de personnes œuvrant dans ces divers départements, etc. Ceci est un bel exemple. Pour avoir une meilleure vue d'ensemble, au modèle proposé, nous ajouterions les possibilités d'emploi, le revenu annuel de base, les programmes d'études, etc.

Recommandation numéro 2:

Nous recommandons de créer une plateforme internet permettant de démystifier les différents métiers existants en audiovisuel et les programmes de formation en place. Coûts de mise en place du site internet : 500 000\$.

4) FAVORISER LA DIFFUSION ET L'EXPLOITATION DES CONTENUS AFIN DE LES RENDRE ACCESSIBLES POUR TOUS LES PUBLICS ET ÉCRANS

Dans le contexte actuel où les usages numériques à travers les différents secteurs culturels sont accrus, la découvrabilité des contenus francophones et qui plus est, les contenus audiovisuels québécois se pose comme une problématique centrale pour l'industrie audiovisuelle et la société québécoise dans son ensemble, afin de s'assurer que ces contenus restent facilement disponibles sur tous les écrans.

Le déséquilibre et la concurrence entre les plateformes étrangères et locales ont pour effet de rendre les contenus et émissions locales plus difficiles d'accès. Ceci est attribuable aux limitations imposées par les télévisions connectées mais aussi l'opacité des processus de recommandation au sein des plateformes de diffusion en continu et les algorithmes employés par ces mêmes plateformes.

La Guilde, aux côtés de nombreux organismes du secteur reconnaît la nécessité d'établir un cadre réglementaire et si nécessaire, un cadre juridique afin de mettre en place des mesures claires et mesurables. Pour y parvenir, il nous semble essentiel que le gouvernement du Québec travaille de pair avec le gouvernement du Canada et le CRTC afin de mettre en place des mesures réglementaires concertées. Une double réglementation mènerait à une confusion entre le rôle des différentes juridictions. C'est pourquoi un éventail de mesures distinctes mais complémentaires entre les différents paliers de gouvernements semble le plus adapté.

En particulier, dans son plan réglementaire pour moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada, le CRTC prévoit de considérer les types d'exigences et incitatifs possibles pour augmenter la visibilité des contenus canadiens et autochtones sur les services en lignes opérant au pays.

Au Québec, pour répondre aux problématiques de l'accessibilité et promotion des contenus, les ministères de la Culture du Québec et de la France ont lancé une mission conjointe sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones. Un premier diagnostic des différents enjeux et facteurs liés à ce sujet a été réalisé.

Puis, le gouvernement du Québec a également lancé en mai 2024 une consultation en vue d'élaborer un cadre législatif visant à garantir aux Québécoises et Québécois l'accès aux contenus culturels francophones et leur découvrabilité dans l'environnement numérique.

Parmi les douze leviers listés par cette initiative, les experts suggèrent de considérer la disponibilité du contenu en ligne, l'utilisation des métadonnées descriptives de qualité et plus de transparence concernant les données d'usage et l'offre des plateformes avec des contenus culturels.

La personnalisation des plateformes joue un important rôle sur comment les publics québécois accèdent au contenu en ligne

Les algorithmes de recommandation sont devenus incontournables dans le monde en ligne. Ils priorisent le contenu cinématographique et télévisuel selon des critères prédéfinis, offrant aux utilisateurs des recommandations qui correspondent à leurs intérêts et à leurs goûts personnels. Ces différents systèmes de recommandation peuvent créer des bulles de filtres d'exposition sélective au contenu et réduire la diversité des contenus visionnés en ligne.

La personnalisation/customisation des contenus joue un rôle majeur dans la façon dont les audiences québécoises interagissent avec les contenus en ligne. Il est indéniable que la commodité est un facteur important dans la sélection des contenus que l'utilisateur voit en premier en arrivant sur un site. La découvrabilité des contenus est en fait une question de conception ou d'interface utilisateur, et le CRTC devrait considérer des facteurs comme le niveau de personnalisation accessible aux utilisateurs.

Bien que le nouveau cadre réglementaire et les législations locales ne devraient pas freiner la liberté des plateformes à innover, concevoir et développer les meilleures interfaces utilisateurs et expériences pour répondre aux habitudes et à la demande évolutives de leurs clients, sans réglementation restrictive, elles devraient être plus transparentes. Tant le CRTC que les utilisateurs des plateformes devraient comprendre comment fonctionnent les outils de personnalisation.

La notion de "proéminence", ou des « quotas » peut être considérée comme un "sous-produit réglementaire de la télévision linéaire du 20^e siècle, qui n'a que peu ou pas de pertinence dans le monde du streaming." Par exemple, les décodeurs et les plateformes de streaming offrent un haut degré de configurabilité, permettant aux utilisateurs de modifier librement l'interface utilisateur, ce qui rend la proéminence pratiquement obsolète.

Faute de données suffisantes sur les stratégies de promotion des entreprises en ligne, la Guilde ne peut actuellement identifier les meilleurs leviers de découvrabilité. De plus, il n'existe pas suffisamment de recherches publiques puisque le défi de la découvrabilité englobe des données sur les habitudes des consommateurs, qui sont soumises à la Loi sur la protection des renseignements personnels. La Commission devrait consulter l'industrie pour

établir de nouvelles exigences de rapport afin de mieux comprendre les pratiques de promotion des plateformes en ligne.

Les systèmes de recommandation sont conçus pour choisir du contenu en priorisant des paramètres visant à maximiser l'engagement des utilisateurs et, en fin de compte, les profits. Par conséquent, les entreprises manquent de motivation pour exposer les utilisateurs à un large éventail de contenus ou pour promouvoir des contenus représentant des perspectives diverses. Au lieu de cela, elles se concentrent sur la diffusion de contenus qui maximisent l'engagement des utilisateurs. En conséquence, les contenus en langue française, les voix minoritaires et les groupes sous-représentés se retrouvent souvent marginalisés ou dévalorisés dans ces systèmes.

Enfin, la prolifération rapide des télévisions connectées pose la question de la visibilité des chaînes et diffuseurs locaux par rapport aux plateformes de diffusion en continu étrangères. Les fabricants de téléviseurs donnent la part belle aux géants du web et acteurs étrangers. Deux récentes décisions historiques de l'ARCOM (régulateur français des médias) exigent que les opérations ne doivent pas être « plus nombreuses ni de nature plus contraignante que celles nécessaires à l'accès à tout autre service de communication audiovisuelle accessible depuis l'interface ».²

Recommandations numéro 3:

Sur la découvrabilité, la Guilde propose plusieurs recommandations pour garantir que les auditoires Québécois et canadiens puissent continuer à accéder au contenu en français et en anglais sur les appareils de télévision intelligents et les plateformes de diffusion et de visionnement à la demande, avec une visibilité accrue. Cela contribuera à soutenir la viabilité commerciale du contenu québécois et canadien.

Pour atteindre des objectifs et des exigences de découvrabilité efficaces, la Guilde soumet que le CRTC, ainsi que les gouvernements du Québec et fédéral ont un rôle commun à jouer dans la collecte des données présentées en ligne. En particulier, la Commission devrait recueillir des données sur les décodeurs et les appareils de télévision intelligente, les plateformes de diffusion en continu et de vidéo à la demande transactionnelle :

- a. **Pour comprendre le fonctionnement des systèmes de recommandation** : toutes les entreprises devraient être tenues de fournir des informations claires et accessibles sur la façon dont leurs systèmes de recommandation sont utilisés pour présenter, classer, promouvoir ou rétrograder le contenu. Cela inclurait l'obligation de réaliser des audits de transparence des systèmes automatisés, en fournissant des données pertinentes à des chercheurs indépendants pour comprendre comment ces systèmes fonctionnent en pratique.
- b. **Pour comprendre l'utilisation des systèmes de recommandation** : les plateformes devraient clairement signaler le contenu promu et fournir des informations claires sur la manière et selon quels critères les utilisateurs sont ciblés avec ce contenu. Lorsque ces systèmes sont utilisés pour rétrograder du contenu, des informations claires sur les circonstances dans lesquelles ce type de modération de contenu est effectué devraient être disponibles, avec une possibilité de recours, et les rapports de transparence devraient inclure des informations sur les décisions de rétrogradation et les résultats des recours.

Enfin, il est nécessaire de **renforcer les obligations de transparence sur toutes les plateformes** et offrir aux utilisateurs un plus grand choix quant à la manière d'accéder au contenu en ligne est une première étape cruciale pour répondre aux préoccupations liées à l'impact des systèmes de recommandation. Il existe aussi plusieurs autres considérations telles qu'établir les paramètres de ce que constitue un contenu culturel québécois.

² Source :

[Visibilité des services audiovisuels sur les écrans connectés : l'Arcom adopte deux délibérations pour la mise en œuvre du régime des services d'intérêt général \(SIG\) \(26 septembre 2024\)](#)

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

Certaines initiatives existantes ou passées permettraient de favoriser la diffusion et développer l'exploitation des contenus québécois et les rendre accessibles à un plus large public. Diffuser le cinéma québécois auprès d'un jeune public est une façon efficace de promouvoir le visionnement de productions locales, à une époque où les habitudes de visionnement chez les jeunes se tournent plutôt vers les contenus étrangers en langue anglaise.

L'une des premières mesures qui pourraient être mises en place pour favoriser la découvrabilité du contenu culturel québécois ici, au Québec, serait d'assurer le rayonnement des œuvres dans les écoles, partout dans la province. Tout comme nous l'avons fait il y a plusieurs années avec les livres québécois, nous croyons qu'il serait important de faire une plus grande place à la musique, aux films, aux séries et tout autre type d'œuvre provenant d'artistes québécois, plutôt que ceux d'artistes d'ailleurs. En faisant connaître les œuvres, nouvelles comme plus anciennes, les jeunes seront plus enclins à en découvrir davantage et devenir des consommateurs aguerris de la culture québécoise.

À ce titre, les initiatives "Collégiens et Lycéens au cinéma" en France³ jouent un rôle essentiel dans l'éducation cinématographique et le soutien de l'industrie de l'exploitation et de la distribution de films. En introduisant les jeunes publics à une sélection de films divers et souvent indépendants, ces programmes permettent aux élèves de découvrir des œuvres culturelles et artistiques variées, qui seraient autrement plus difficilement accessibles. Ces initiatives favorisent la fréquentation des salles de cinéma dès le plus jeune âge⁴, stimulant ainsi l'économie locale et nationale du cinéma. De plus, en formant de futurs spectateurs, elles contribuent à pérenniser l'habitude de visionnage en salle, un élément clé pour la survie du cinéma face à la concurrence des plateformes de streaming. Le soutien apporté aux films à travers ces dispositifs renforce aussi la distribution de films à petit budget, offrant aux œuvres moins commerciales une visibilité accrue et un public nouveau.

Au Québec, la mise en place de programmes similaires pourrait devenir un vecteur de la promotion des films locaux, financés avec des fonds publics. D'une part, cela permettrait de sensibiliser les jeunes Québécois à leur propre cinéma et à des films issus d'autres cultures, en les exposant à une pluralité de récits, de genres et de points de vue qui renforcent leur compréhension du monde. D'autre part, un programme comme "Collégiens et Lycéens au cinéma" adapté au contexte québécois pourrait aider à soutenir l'exploitation des salles locales, tout en augmentant la demande pour les films produits localement. En encourageant les élèves à découvrir des films sur grand écran, le Québec pourrait contribuer à créer une nouvelle génération de cinéphiles qui valorise et soutient l'industrie locale, renforçant ainsi son rayonnement culturel.

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 ?

a) Bonification régionale

Le Québec est une province magnifique, composée de nombreuses montagnes, des lacs et des vallées. Nous avons aussi quatre saisons, ce qui modifie les paysages à l'infini. Les publicités du site [Bonjour Québec](#) regorgent d'images à couper le souffle.

³ Source : Collège au cinéma (CNC). <https://www.cnc.fr/cinema/education-a-l-image/college-au-cinema>

⁴ Source : Lycéens et apprentis au cinéma (CNC). <https://www.cnc.fr/cinema/education-a-l-image/lyceens-et-apprentis-au-cinema>

Mais en réalité, au Québec, cela coûte cher aux producteurs d'aller tourner à l'extérieur de Montréal. Les producteurs doivent budgéter les frais additionnels reliés à l'hébergement de l'équipe, le transport, les repas, les équipements à transporter, etc. C'est pourquoi dans plusieurs juridictions au Canada, les producteurs ont accès à un crédit d'impôt régional supplémentaire (appelée aussi la bonification régionale) lorsqu'ils tournent à l'extérieur des grands centres urbains.

Il y a bien une bonification régionale offerte aux producteurs québécois. Toutefois, celle-ci n'est offerte qu'aux producteurs ayant leur siège social situé à 150 km de Montréal. Cette situation fait en sorte qu'il est arrivé à quelques reprises ces dernières années que des productions choisissent d'aller tourner dans le nord de l'Ontario par exemple, car ils ne trouvaient pas ici ce qu'ils cherchaient dans la région de Montréal.

De plus, plusieurs bureaux de films régionaux souhaiteraient pouvoir attirer des productions sur leurs territoires afin d'accroître l'économie régionale. Le tournage de la série *Barkskins*⁵ à Québec a eu des retombées inestimables pour la région de Québec, le tournage de la série *Three Pines* basée sur les livres de l'écrivaine Louise Penny, a généré la création de circuits touristiques dans les Cantons-de-l'Est⁶.

Recommandation numéro 4:

La Guilde propose d'élargir la bonification régionale ou de créer un crédit d'impôt de 3% additionnel sur le taux de base pour la production cinématographique québécoise et du crédit d'impôt sur les services de production cinématographique applicable pour les dépenses engagées en dehors du Grand Montréal. Le coût d'implantation a été estimé à 5 à 6.8M \$ selon une étude réalisée par la firme Demers Beaulne en collaboration avec le BCTQ et l'AQPM.

b) Utiliser les fonds publics pour subventionner des producteurs qui respectent nos ententes collectives

À la Guilde, nous croyons que les fonds publics devraient être utilisés de façon responsable et octroyés à des producteurs respectant les conditions minimales d'engagement des artistes prévues aux ententes collectives des associations syndicales qui les représentent. Afin que ceci soit respecté, la loi sur la SODEC devrait être modifiée pour inclure des exigences qui permettraient de s'assurer que les sociétés de production sont en règle avec toutes les associations et guildes représentant les artistes. L'argent des contribuables ne devrait pas servir à financer des productions qui refusent de signer des contrats équitables, de se conformer à des normes minimales, ou qui refusent d'honorer leurs obligations à l'égard des artistes qu'ils embauchent.

Présentement, le fardeau retombe sur les associations syndicales qui doivent mener un vrai travail d'enquête dans le but de s'assurer d'obtenir des contrats syndiqués pour leurs membres. Nous devons éplucher les annonces des institutions, des journaux spécialisés, sur les réseaux sociaux pour nous assurer de ne pas « échapper » une production qui recevra son feu vert une fois le financement complété. Pour chacune d'elle, nous devons identifier des personnes contacts, effectuer des suivis et tenter d'obtenir des dates de tournage prévues. Tout récemment, nous avons envoyé un avis de négociations à une production alors qu'ils en étaient à leur dernier jour de tournage, moment où nous avons appris leur existence. Les producteurs ont répondu à notre avis de négociation en nous indiquant que la production était terminée, à quoi bon négocier une entente collective? Or, ce projet est soutenu par la SODEC.

La Loi sur le statut de l'artiste (LSA s-32.1) a été modifiée en 2022 pour introduire à l'article 45.1 la responsabilité des administrateurs de sociétés par actions. Nous saluons à cet égard l'initiative du gouvernement donnant aux

⁵ Source : Tournage de « Barkskins » : des retombées inestimables pour la région de Québec

<https://www.journaldequebec.com/2019/07/25/tournage-de-barkskins-des-retombees-inestimables>

⁶ Source : Circuits découvertes Three Pines (Louise Penny). <https://www.cantonsdelest.com/routes-touristiques/12/circuits-decouvertes-three-pines-louise-penny>

syndicats et à leurs artistes un levier pour tenter de faire exécuter une décision arbitrale. Ceci était un excellent pas dans la bonne direction mais cela ne règle pas tout, loin de là.

Tel que mentionné précédemment, les producteurs créent généralement une nouvelle compagnie coquille pour chacune des productions. Cela signifie donc qu'un producteur pourrait recevoir une subvention de la SODEC pour un long métrage, ne pas payer les membres de son équipe et les fournisseurs mais tout de même recevoir une autre subvention de la SODEC pour un autre projet. Cet exemple vous semble farfelu? C'est pourtant exactement ce qui est arrivé récemment. Il faut savoir que cela prend plus d'un an d'attente avant d'avoir une audience avec un arbitre, ajoutons à cela un autre délai de trois à six mois pour que ce dernier rende une décision arbitrale. Les artistes se retrouvent ainsi très peu protégés lorsqu'une production rencontre des dépassements budgétaires auxquels elle ne peut faire face.

Recommandation numéro 5:

La Guilde recommande de faire modifier les règlements de la SODEC afin que les producteurs soient dans l'obligation de fournir, en appui à leur demande de subvention, une lettre provenant de chacun des syndicats concernés confirmant qu'ils ont bien conclu une entente collective.

c) L'intelligence artificielle ou l'importance de mettre en place un encadrement législatif

En terminant, nous tenons à aborder brièvement la question de l'intelligence artificielle dans le milieu de l'audiovisuel.

La GCR, ainsi que d'autres organisations du secteur créatif, est profondément préoccupée par le développement débridé, l'utilisation et l'impact croissant de l'IA générative sur les auteurs et les professionnels créatifs québécois et canadiens dans les industries de l'écran. Ces technologies présentent des risques considérables pour la créativité et l'emploi, et soulèvent de nombreuses questions juridiques et éthiques non résolues. En priorité absolue, la GCR demande la mise en place de mesures de transparence rigoureuses pour les systèmes d'IA générative. Sans des garde-fous adéquats — par l'éducation, la législation et un étiquetage clair — l'industrie audiovisuelle risque de voir des emplois disparaître dans un avenir proche. L'avancée rapide des outils d'IA, souvent réalisée au détriment des auteurs et des créatifs, met en péril les fondements économiques et sociaux de la culture québécoise et canadienne.

À l'heure actuelle, il y a peu de lignes directrices concernant l'utilisation de l'IA et l'IA générative dans les diverses productions et séries. Le gouvernement fédéral tarde à légiférer sur le développement et l'exploitation de systèmes d'intelligence artificielle au Canada par le biais du projet de Loi C-27⁷. Il est urgent d'obtenir plus de transparence de la part de ces systèmes à la fois sur les données d'entraînements, mais également sur les produits des IA. Au moment où les vidéos créés par des IA inondent les médias sociaux, nous devons pouvoir identifier les créations synthétiques tout en revalorisant les créations humaines.

Entre-temps, le gouvernement québécois devrait établir un nouveau cadre en modernisant les critères d'éligibilité pour les crédits d'impôt de production et les crédits d'impôt de service, mettre à jour les lignes directrices pour ses programmes de production, et demander un droit de regard et imposer un devoir de transparence envers les entreprises bénéficiant de soutien gouvernemental. Agir ainsi aidera à instaurer un moratoire qui mettra un frein au risque de déplacement des emplois et à la sous-traitance des tâches due à l'IA. En d'autres termes, les fonds publics devraient être utilisés de manière éthique, et la création humaine ne devrait pas être remplacée par des machines.

⁷ [Loi édictant la Loi sur la protection de la vie privée des consommateurs, la Loi sur le Tribunal de la protection des renseignements personnels et des données et la Loi sur l'intelligence artificielle et les données et apportant des modifications corrélatives et connexes à d'autres lois.](#)

Recommandation numéro 6:

La Guilde recommande que le gouvernement entreprenne immédiatement la mise à jour de ses programmes de financement en audiovisuel afin de prendre en compte l'usage de l'intelligence artificielle, et en mettant en place des exigences et des critères d'éligibilité afin de s'assurer que les outils d'IA sont utilisés pour soutenir et non remplacer les travailleurs.

Annexe 1

Québec - Représentation syndicale - Loi Statut de l'artiste

En date du 29 novembre 2024

Secteur	Fonction	Comédien, cascadeur, figurant <i>* La juridiction de l'ACTRA est basée sur la langue anglaise</i>	Réalisateur <i>*La juridiction de la Guilde est basée sur la langue anglaise</i>	Assistant réalisateur	Lieux de tournage	Concepteur artistique, directeur artistique	Assistant directeur artistique, coordonnateur dép artistique et assistant coordo	Dessinateur	Set Designer	Équipe caméra	Autres techniciens		Direction de production et comptabilité
1	Toute production autre qu'américaine, en français et autres langues	UDA	ARRQ	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest	Les directeurs de productions sont représentés par la Guilde basé sur une reconnaissance volontaire	GCR Québec
	Toute production autre qu'américaine, en langue anglaise	ACTRA	GCR Québec										GCR Québec
2	Productions américaines avec les majors + Dark Castle Entertainment	ACTRA	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest		GCR Québec
3	Productions américaines indépendantes avec un budget de moins de 35M\$, séries e \$2,690,000 et moins (épisode de 1 h)et séries de 1,615,000\$ et moins (épisodes de 30 minutes) + Lionsgate + Walden Media + Lakeshore Entertainment	ACTRA	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest		GCR Québec
4	Productions américaines indépendantes de plus de n 35M\$, séries de plus de 2,690,000 (épisode de 1 h) et séries de plus de 1,615,000\$ (épisode de 30 minutes)	ACTRA	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest		GCR Québec
PUB	Tournage en français et autres langues	UDA	ARRQ	AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest	GCR Québec	AQTIS section locale 514 Aiest	GCR Québec		AQTIS section locale 514 Aiest	AQTIS section locale 514 Aiest		
	Tournage en anglais	ACTRA	GCR Québec										