

GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DE L'AUDIOVISUEL AU QUÉBEC

Mémoire de Geneviève Gosselin-G. - Productrice

Ce mémoire offre des pistes de réflexion sur les points 1, 4, 5, 6 et 7.

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?

1. Mieux soutenir le développement et la production des premières œuvres

1.1 Renforcer le financement des phases de développement

Augmenter le nombre de dépôts et de projets financés chaque année pour la phase de développement, en offrant des montants adéquats pour l'écriture et la maturation des œuvres. Séparer les budgets de développement de ceux de la production afin de permettre aux créateur·rice·s de se professionnaliser, d'explorer des idées originales et de bénéficier de rétroactions de leurs pairs et de professionnel·le·s. Par la suite, un processus de sélection compétitif basé sur la qualité des projets à l'étape de production doit se dérouler, favorisant ainsi l'émergence des œuvres les plus abouties et originales.

1.2 Appuyer la relève dans le court-métrage et les œuvres audiovisuelles

Garantir au moins deux périodes de dépôt annuelles, distinctes pour le développement et la production, spécifiquement destinées à la relève, dans les programmes de la SODEC. Réévaluer également les dispositifs d'aide du CALQ et de Téléfilm Canada pour mieux répondre aux besoins des jeunes créateur·rice·s.

1.3 Soutenir les premières et deuxièmes œuvres en long métrage

Mettre en place des enveloppes de production dédiées aux premiers et deuxièmes longs métrages, avec un financement suffisant, non limité à des budgets familiaux qui ne permettent pas d'être compétitifs et innovants au niveau de la production culturelle nationale et internationale. Ce soutien devrait être assuré tant par la SODEC que par Téléfilm Canada, afin d'encourager la création ambitieuse et d'accompagner les cinéastes dans leurs débuts professionnels.

Explications

SODEC

Le programme émergent de la SODEC ne permet qu'un seul dépôt par an pour le développement, et les œuvres sélectionnées passent presque automatiquement à la production. Cette approche limite les opportunités pour la relève et freine son essor. De plus, il n'existe plus de programme de financement spécifiquement dédié à l'écriture, que ce soit pour les courts-métrages réguliers ou émergents. Une augmentation des enveloppes allouées au développement est donc essentielle pour soutenir la créativité à ses premières étapes.

CALQ

Bien que le CALQ finance des projets en développement et en production, il ne dispose ni d'une enveloppe financière réellement adaptée pour la relève, ni de programmes spécifiquement conçus à cet effet. La mise en place de tels dispositifs constituerait une amélioration significative. Par ailleurs, augmenter les budgets de développement contribuerait à mieux appuyer les créateur·rice·s émergent·e·s.

Téléfilm Canada

Téléfilm Canada n'offre aucun programme dédié au court-métrage, un constat compréhensible dans une optique de cohérence fédérale (il faudrait offrir ce programme au Canada entier). Le programme Talent en vue, censé soutenir la relève, a des effets discutables au Québec : il propose un financement trop limité pour un grand nombre de projets, ce qui restreint les ambitions et le potentiel de diffusion sauf pour de rares élu·e·s. En conséquence, de nombreuses œuvres produites dans ce cadre peinent à sortir des sentiers battus et n'ont souvent aucune visibilité durable.

2. Mieux soutenir les institutions pour renforcer l'évaluation et l'accompagnement des œuvres

Il est essentiel d'investir davantage dans les ressources humaines dédiées à l'analyse et à la sélection des projets financés. Cela passe par le recrutement et la formation d'analystes compétent·e·s et bienveillant·e·s, ainsi que la constitution de jurys de pairs chevronnés, animés par un véritable engagement envers la culture. Offrir des formations spécifiques à ces rôles renforcerait également la qualité du processus. Il faut réfléchir à la question du nombre de personnes qui évaluent un projet, souvent limité à 2 ou 3 personnes (à la Sodec). Ce nombre doit augmenter afin d'offrir des points de vue diversifiés, critiques, et favoriser l'émergence de projets de qualité.

Le gouvernement doit autoriser la Sodec à consacrer davantage de ressources à son fonctionnement interne, sans pour autant réduire les enveloppes destinées au financement des œuvres. Depuis plusieurs années, la Sodec souffre d'un manque de personnel, ce qui l'a conduite à instaurer des barrières à l'entrée pour limiter le nombre de projets soumis et ainsi alléger la charge de travail de ses équipes.

Cette approche a des répercussions négatives, notamment sur les petits producteur·rice·s et les créateur·rice·s émergent·e·s, qui sont souvent les premiers à se décourager face à ces obstacles administratifs. Pour mieux soutenir la diversité et l'innovation, il est essentiel de pallier ce sous-effectif et de simplifier l'accès au processus de soumission.

Cette réflexion s'étend également à Téléfilm Canada en ce qui concerne le financement des œuvres francophones et québécoises. Il est essentiel que Téléfilm Canada réserve une part dédiée de ses enveloppes budgétaires à la production d'œuvres audiovisuelles québécoises, afin de mieux soutenir la vitalité culturelle et linguistique du Québec dans le paysage audiovisuel canadien.

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

De manière générale, la relève se porte bien au Québec. Elle est dynamique, diversifiée, innovante et talentueuse. L'enjeu principal réside dans la nécessité d'offrir à cette relève des programmes de financement adaptés, afin de lui permettre de se développer pleinement et de lever les nombreux obstacles qui existent actuellement dans les programmes de subventions.

Il faudrait également faciliter l'accès à des réseaux de soutien entre créateur·rice·s afin d'encourager les collaborations, les apprentissages et les bénéfices que permettent ces rencontres.

4) Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écran.

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?

1. Création d'une plateforme de visionnement québécoise

La création (ou l'acquisition) d'une plateforme dédiée à la valorisation des œuvres ayant bénéficié de financements publics s'avère indispensable. Actuellement, Crave prend en charge une partie de cette mission en regroupant une portion de notre cinéma, mais de nombreuses œuvres restent difficilement accessibles, voire introuvables. Cette plateforme devrait avoir pour vocation de garantir un accès durable aux œuvres, notamment après leur cycle d'exploitation initial (par exemple, après l'expiration des contrats de VOD). Il est crucial que cette plateforme soit visuellement attrayante, à la pointe des technologies, afin de répondre aux attentes des publics et de demeurer attrayante face aux autres plateformes présentes sur le marché. De plus, il est essentiel que tous les acteur·rices·s de l'industrie se solidarisent autour de cette initiative pour en assurer la réussite.

Il est intéressant en ce sens d'à la fois préserver le patrimoine culturel existant tout en introduisant de nouvelles œuvres constamment et d'offrir une véritable curation pour faire découvrir des œuvres contemporaines, marquantes ou historiques.

2. Développer les jeunes publics et rétablir le lien intergénérationnel.

Il est essentiel d'exposer la future relève — enfants, jeunes du secondaire, cégep et université — à des œuvres québécoises de qualité, des créations qui les interpellent et dans lesquelles ils peuvent se reconnaître. Ces jeunes deviendront non seulement le public de demain, mais aussi les créateur·rice·s de demain. L'une des clés pour rétablir ce lien intergénérationnel réside dans les festivals et les espaces de diffusion et de médiation culturelle, telle que les cinémas de quartier, les projections scolaires, etc. Il est crucial de favoriser un renouvellement constant du public, en veillant à offrir un accès régulier et simplifié à ces œuvres.

Des publics engagés qui soutiennent les œuvres culturelles sont les premiers “consommateurs” de celle-ci. Cela renforce la demande et la viabilité des œuvres culturelles.

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

S’assurer que l’ensemble de la production québécoise demeure accessible au public québécois et voir naître davantage de petites salles de quartier et lieux de médiations culturelles favorisant les échanges et les rencontres entre québécois de tous âges.

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

-Le Cinéma Public (Médiation culturelle)

-Des plateformes comme Arte en France

-Au niveau de la curation et de la présentation des oeuvres, des plateformes comme Criterion Channel ou Mubi.

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?

1. Soutien à la promotion

Il est crucial d’intensifier le soutien à la promotion des œuvres en offrant un financement subséquent, afin de garantir leur visibilité tant dans l’espace virtuelle que physique.

2. Engagement des audiences

Il faut penser à l’engagement des audiences dès l’étape de développement des projets afin que les œuvres réfléchissent beaucoup plus en amont aux publics auxquelles elles s’adressent. Établir des stratégies d’engagement des publics en conséquence.

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

Il est essentiel que les publics québécois puissent facilement accéder aux œuvres qui peuvent les interpeller, et qu’ils aient plusieurs options pour les découvrir, que ce soit en ligne ou en personne.

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

Avec ma collègue Jeanne-Marie Poulain, nous mettons en place en janvier 2025 un laboratoire d’audience design. L’audience design est le procédé de création, de sensibilisation

et d'engagement des publics autour des films dès les premières étapes de développement, grâce à une approche multiangle basée sur l'histoire.

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?

1. Soutenir les agences de ventes internationales québécoises

En cinéma, le soutien financier aux agences de ventes internationales québécoises est crucial. Actuellement, très peu d'acteurs locaux disposent de l'expertise nécessaire pour vendre nos films à l'étranger, ce qui nous oblige souvent à recourir à des agences basées en Europe et ailleurs. Cependant, ces agences ne saisissent pas toujours les particularités de nos œuvres, qui se retrouvent souvent noyées dans un catalogue de films internationaux sans être véritablement mises en valeur. Il est essentiel de développer une alternative locale solide, offrant aux producteurs une option viable pour la vente de leurs films. Par ailleurs, une grande partie des bénéfices issus de ces ventes internationales est captée par des entreprises étrangères, alors que cet argent pourrait être conservé au Québec.

2. Favoriser les collaborations et le réseautage international

Une présence forte sur la scène internationale, que ce soit par le biais de coproduction, de participation à des festivals, etc., permet aux québécois·ses d'élargir leur réseau. Le gouvernement doit ainsi continuer à soutenir les programmes d'exportation et le bonifier.

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

Continuer à renforcer la présence du Québec à l'international, tout en visant une plus grande indépendance et autonomie en ce qui concerne notre accès à ces marchés.

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.

- **Augmenter le crédit d'impôt pour les productions québécoises (et non de services)** et permettre aux entreprises de ne pas être contraintes à réinvestir 100 % de ces crédits, comme c'est actuellement le cas. Cette mesure fiscale offrirait aux entreprises culturelles la possibilité de prendre davantage de risques, de développer leurs projets de manière plus autonome, tout en consolidant la pérennité de leurs entreprises, afin de revenir aux raisons de la création à la base du crédit d'impôt, qui visait à offrir de la vitalité aux entreprises pour qu'elles réinvestissent en culture.

- **Instaurer une taxe sur les entrées en salle et les abonnements aux plateformes de streaming** pour financer la production nationale. L'objectif ne devrait pas nécessairement être d'augmenter le nombre de projets financés, mais plutôt de mieux financer ceux existants. Cela permettrait de proposer de meilleures conditions aux producteurs·rices et créateurs·rices, tout en donnant à la SODEC plus de moyens pour analyser et soutenir les projets de manière plus efficace.
- **Créer une banque de la culture** pour offrir des financements intérimaires aux entreprises culturelles québécoises pour leurs projets et arrêter de donner des sommes astronomiques à des banques privées. Les taux d'intérêt pourraient être avantageux, et cette banque pourrait réinvestir une partie de ses revenus dans le financement de nouvelles œuvres.
- **Créer des mesures fiscales encourageant la création de salles de quartier** et lieux de diffusions de petites échelles, permettant au public de se réunir. Le cinéma Beaubien, le Cinéma Moderne et le Cinéma Public sont des exemples extrêmement positifs à cet effet. Il serait intéressant de réfléchir sur ces lieux de diffusions au sein d'autres organisations communautaires, sociales et culturelles. Par exemple, pourquoi ne pas faire se côtoyer une librairie et un cinéma, une garderie et un cinéma, un centre de personnes âgées et un cinéma.