

Objet : Consultation du GROUPE DE TRAVAIL SUR L'AVENIR DE L'AUDIOVISUEL AU QUÉBEC

De : Matthieu Morelle

Préambules :

La réponse à la question est assez succincte et de nombreux points sont à étayer d'avantages.

Une grande partie des données citées vient de l'étude suivante : <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/enquete-quebecoise-decouverte-produits-culturels-numerique-2023.pdf>

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 ?

Le Québec offre un environnement riche et favorable à la création artistique, soutenu par une multitude de programmes d'aide répondant à des besoins variés. De nombreuses initiatives sont mises en place pour encourager l'émergence et la créativité des artistes, témoignant de l'engagement de la province envers le développement culturel.

Une simple recherche permet de mettre en lumière différents programmes dédiés aux artistes émergents ou non :

- La SODEC propose un Programme d'aide à la création émergente, spécifiquement destiné aux entreprises québécoises de production audiovisuelle. Ce programme soutient le développement de projets portés par des créateurs émergents.
- Le CALQ (Conseil des arts et des lettres du Québec) offre également une vaste gamme de programmes d'aide financière aux artistes, incluant des dispositifs pour les artistes émergents. Une recherche rapide révèle 44 programmes disponibles dans les domaines de la vidéo et du cinéma.
- Première Ovation, un programme régional, s'adresse aux artistes émergents âgés de 18 à 35 ans, résidant dans les régions de Québec ou Wendake.
- Wapikoni Mobile, une organisation à but non lucratif, propose quant à elle des ateliers de création audiovisuelle aux jeunes des Premières Nations, favorisant

l'expression artistique et le partage des récits autochtones.

Un cadre éducatif propice à la formation artistique :

Le Québec dispose d'un réseau éducatif solide, avec des établissements spécialisés dans les arts audiovisuels, tels que les cégeps et les universités. Ces institutions offrent des formations de qualité et contribuent à nourrir la scène artistique locale.

Le Québec se positionne donc comme un terreau fertile pour la créativité, avec un potentiel encore à exploiter pleinement grâce à une collaboration renforcée entre les acteurs éducatifs et culturels.

Trois leviers pour optimiser cet environnement :

1/ Identifier : Cartographier l'existant

Les programmes et initiatives mentionnés ne représentent qu'une fraction des actions menées aux niveaux provincial et régional, par des acteurs publics et privés.

- Il est essentiel de recenser et classer ces programmes en fonction de leur portée, leurs objectifs et leurs bénéficiaires.
- Une cartographie claire permettrait de mieux coordonner les efforts, d'identifier les zones d'intervention prioritaires et d'assurer une meilleure visibilité de l'offre existante.

2/ Soutenir : Accompagner les nouveaux talents

Un soutien efficace nécessite une réflexion sur plusieurs aspects :

- Un accompagnement global : Les créateurs émergents doivent être soutenus à chaque étape de leur parcours, de la conception à la diffusion de leurs œuvres. Cela suppose une collaboration active entre la SODEC, les universités, et les formations privées.
- Simplifier les démarches : Les processus de demande de financement, souvent complexes et exigeants, peuvent devenir un frein. Réduire ces obstacles administratifs est essentiel.
- Un suivi en cas de refus : Lorsqu'un dossier est rejeté, un feedback constructif et un accompagnement personnalisé doivent être proposés pour permettre aux artistes de progresser.

3/ Faire connaître : Promouvoir les initiatives

Un des défis majeurs reste la visibilité de ces programmes auprès des artistes et du grand public.

- Campagnes de communication : Des initiatives de sensibilisation ciblant les jeunes créateurs, via les médias traditionnels et numériques, pourraient encourager davantage de candidatures.
- Un portail centralisé : Créer une plateforme dédiée (par exemple sur le site de la SODEC) regroupant tous les programmes disponibles, leurs critères et les démarches à suivre.
- Partenariats éducatifs : Intégrer des modules d'information sur ces soutiens dans les formations universitaires, cégeps et écoles spécialisées.

Un avenir prometteur

En articulant les efforts autour de ces trois axes – Identifier, Soutenir, Faire connaître – le Québec pourrait maximiser l'impact de son écosystème artistique. Ces actions permettraient de renforcer les liens entre les talents, les institutions et les dispositifs de soutien, favorisant ainsi l'émergence d'une nouvelle génération de créateurs inspirés et bien accompagnés.

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

À moyen et long terme, il est essentiel de renforcer l'accompagnement offert par tous les acteurs du milieu audiovisuel aux jeunes créateurs.

Un projet audiovisuel est une entreprise complexe qui exige des ressources considérables, tant humaines que financières, ainsi qu'un investissement en temps. Sans soutien adéquat, de nombreux projets n'atteignent jamais leur aboutissement. Les raisons de ces abandons sont variées : découragement face à la complexité des dossiers de demande de subvention, manque de retour constructif en cas de refus, ou encore absence d'un accompagnement personnalisé pour améliorer les dépôts futurs.

Ce constat est d'autant plus regrettable que le Québec dispose de toutes les ressources nécessaires pour mettre en place un soutien structuré et efficace. Les infrastructures, les talents et les programmes existent déjà, mais une meilleure coordination et une réflexion stratégique pourraient en décupler l'impact.

Une réflexion approfondie est également nécessaire sur les choix de financement des films. Une certaine routine s'est-elle installée, favorisant systématiquement les mêmes types de projets, réalisés par les mêmes créateurs et diffusés par les mêmes canaux ?

Ou, au contraire, est-ce une simple perception, et des films comme *Les chambres rouges* ou *Vampires anonymes* témoignent-ils d'une véritable évolution ? Ces œuvres sont-elles des exceptions isolées, ou le signe d'une tendance émergente visant à encourager des projets audacieux et portés par des créateurs émergents ou non conventionnels ?

Pour bâtir un écosystème audiovisuel inclusif et dynamique, il est crucial de diversifier les soutiens, de simplifier les processus, et d'encourager la prise de risque artistique. Ainsi, le Québec pourra continuer de s'imposer comme un terreau fertile pour l'innovation et la création.

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

N/A

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 ?

Le soutien financier des programmes d'aides est essentiel pour favoriser l'émergence de nouveaux talents. Il se doit d'être pérenne, et non soumis à des politiques et des allocations budgétaires volatiles et annuelles.

Ces aides ne s'adressent pas uniquement aux créateurs, mais également aux diffuseurs. En effet, la visibilité d'une œuvre est étroitement liée à sa capacité à être bien promue. Une campagne marketing solide et une couverture médiatique adéquate augmentent significativement l'impact et la portée d'un projet. Ce constat s'applique non seulement à l'audiovisuel, mais à tous les secteurs culturels.

À court terme, il est donc impératif de sécuriser les budgets alloués pour une période d'au moins cinq ans. Cela offrirait une stabilité essentielle aux acteurs culturels, leur permettant de planifier leurs projets dans un cadre prévisible et structuré. Par ailleurs, une transparence accrue dans le financement des projets actuellement soutenus est cruciale. Il s'agit de justifier les choix de financement en mettant en avant une gestion claire et détaillée des ressources allouées aux œuvres aidées.

Un tel effort garantit une meilleure confiance dans le système d'aide, tout en renforçant la visibilité et l'impact des projets soutenus. Ce cadre transparent et durable poserait les bases d'un écosystème culturel dynamique.

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

La mise en place d'un cadre ministériel, à l'échelle provinciale et/ou fédérale, visant à structurer le financement de la culture par le biais de mécanismes de taxation, représente une voie essentielle pour garantir la pérennité de ce soutien. Ce modèle, déjà appliqué avec succès aux services de SVOD (comme Netflix), pourrait être étendu à d'autres acteurs clés de l'industrie culturelle, notamment les exploitants de salles de cinéma comme Cineplex.

L'objectif est clair : créer un système de financement stable et indépendant des fluctuations des décisions ministérielles ou des cycles budgétaires fédéraux et provinciaux. En adoptant une approche basée sur des contributions régulières des grands acteurs du milieu culturel, le Québec et le Canada pourraient assurer un soutien durable aux créateurs et diffuseurs.

Pour renforcer la légitimité et l'adhésion à cette initiative, une transparence totale sur les financements accordés est indispensable. Cela inclut la publication claire et accessible des montants attribués, des critères d'évaluation des projets et des résultats attendus. Une telle démarche garantirait la crédibilité du système, tout en assurant une gestion équitable et responsable des ressources.

En misant sur un financement structuré et transparent, cette initiative offrirait un cadre solide pour soutenir la culture de manière durable, tout en répondant aux besoins des créateurs et des diffuseurs dans un environnement en constante évolution.

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

La France possède un financement via une taxe qui permet au CNC d'être pérenne de nature, car il ne dépend pas d'allocation du gouvernement, mais d'une taxe fixe sur les produits culturels.

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 ?

Pour renforcer le lien entre la culture et les jeunes, trois actions stratégiques peuvent être envisagées :

- **Repenser la relation entre les jeunes et la culture québécoise**

Il est crucial d'abandonner l'idée que le lien est rompu. Ce lien existe, mais il doit être abordé différemment, en tenant compte des nouvelles habitudes de création, de diffusion et de consommation des jeunes. Bien que les jeunes consomment moins de contenus québécois traditionnels, ils continuent d'en découvrir (comme le révèle l'Enquête québécoise sur la découverte des produits culturels numériques de 2023). L'enjeu est donc d'adapter l'offre culturelle à leurs attentes et leurs plateformes de prédilection.

- **Accroître la visibilité des contenus québécois**

Pour atteindre les jeunes, il faut rendre les contenus québécois plus visibles sur les plateformes qu'ils fréquentent. Cela inclut les plateformes de streaming (Netflix, Prime Video, Crave, Disney+, Cineplex), les réseaux sociaux (TikTok, Snapchat, et dans une moindre mesure Meta), ainsi que les plateformes vidéo, avec YouTube en tête. Une présence stratégique et active sur ces espaces est essentielle pour capter l'attention des jeunes et leur donner envie de consommer des productions locales.

- **Renforcer les liens entre l'éducation et la culture**

L'école est un lieu privilégié pour sensibiliser les jeunes à la richesse de la culture québécoise. Intégrer davantage d'activités culturelles dans le milieu scolaire – qu'il s'agisse de rencontres avec des artistes, de sorties culturelles, ou encore d'ateliers pratiques – peut contribuer à créer une connexion durable entre les jeunes et leur culture. Les programmes éducatifs peuvent également jouer un rôle clé dans la valorisation et la découverte des productions québécoises.

Ces actions, combinées, permettront de dynamiser l'intérêt des jeunes pour la culture québécoise, tout en s'adaptant à leurs nouvelles habitudes et modes de consommation.

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

Pour répondre aux évolutions des habitudes de consommation des jeunes, il est essentiel de repenser la création et la diffusion des contenus culturels québécois, en mettant l'accent sur le numérique et l'adaptabilité.

Plusieurs actions peuvent-être mises en chantier :

- **Renforcer les aides à la création et à la diffusion numérique**

Soutenir les entreprises culturelles québécoises dans la production de contenus adaptés aux formats numériques prisés par les jeunes. Cela inclut des aides spécifiques pour les plateformes en ligne, les réseaux sociaux, et les productions innovantes comme les séries courtes ou les contenus interactifs.

- **Former les acteurs du marché audiovisuel**

Proposer des formations ciblées aux créateurs, producteurs et diffuseurs québécois pour maîtriser les stratégies de diffusion et de promotion numérique. Ces formations viseraient à :

- Lutter contre les préjugés artistiques qui limitent l'innovation.
- Encourager une meilleure compréhension des attentes des jeunes publics.
- Développer des compétences pour optimiser la présence sur les plateformes numériques.

- **Impliquer les plateformes numériques dans la valorisation des contenus québécois**

Instaurer des quotas pour garantir une représentation significative des contenus québécois sur les plateformes numériques, à l'image des réglementations déjà en vigueur pour la radio et la vidéo à la demande (VOD). Ces quotas favoriseraient la visibilité des œuvres québécoises auprès des jeunes et renforceraient leur accès à une culture locale.

Aussi, la culture devrait être présente dès le plus jeune âge à l'école, et être intégrée plus proactivement via des :

- **Programmes scolaires** : Inclure la culture dans les curriculums sous forme d'activités régulières comme des sorties au cinéma, au théâtre, dans les musées ou des rencontres avec des artistes.
- **Activités extrascolaires** : Considérer la culture comme un levier éducatif aussi important que le sport, en développant des programmes extra scolaires axés sur la découverte et la pratique culturelle.

Ces initiatives combinées permettraient de dynamiser l'écosystème culturel québécois, tout en sensibilisant les jeunes à la richesse de leur patrimoine et à l'innovation artistique locale. En adaptant les formats et les stratégies de diffusion, la culture québécoise pourra s'ancrer plus profondément dans le quotidien des nouvelles générations.

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

- Pour stimuler les entrées en salles de cinéma, un tarif pour les moins de 14 ans a été instauré, la fréquentation a augmenté de 14% l'année de sa mise en place sur la tranche d'âge.
- Pass Culture (en France) : Destiné aux élèves dès 15 ans, ce dispositif offre une somme dédiée à l'achat de biens culturels (livres, places de spectacles, expositions).
- Le documentaire réalisé par Inoxtag sur son ascension de l'Everest est un cas qui devrait être analysé dans les modes de productions / diffusion et promotion. Le documentaire a été réalisé pour Youtube, diffusé au cinéma puis sur la plateforme vidéo avec un énorme succès jusqu'au Québec. La société Webedia a produit le documentaire et s'est associé avec Mk2 pour le diffuser.
- Renforcement des liens entre la culture et les écoles comme c'est le cas en France, via des programmes pilotés par l'État ou par les régions (programme Lycéen au cinéma ou Collégiens au cinéma)

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 ?

Ce n'est pas un problème d'accès, mais de visibilité, et donc à court terme nous pouvons :

- Mise en place et/ou renforcement de quota de priorité de diffusion de contenus québécois sur les plateformes / canaux de diffusion
- Analyse et priorisation des canaux de diffusions en fonction du contenu, et inversement.
- Meilleure communication autour des plateformes disponibles pour consommer du contenu audiovisuel.

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

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

N/A

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 ?

Il faut former les acteurs du milieu à la promotion et création de contenu sur le numérique qui est devenu le médium central dans l'écoute et la découvrabilité des contenus québécois.

A court terme il faut :

- Former les acteurs du milieu audiovisuel (exemple de l'audience design dont le premier Lab Montréalais aura lieu en janvier 2025)
- Financer la promotion numérique davantage
- Accompagner les créateurs émergents sur ce médium.

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

La formation et les aides à la compréhension et au développement de l'audiovisuel numérique sont essentielles. Seule une petite partie de la profession est à l'aise avec le digital et tous les changements qu'il implique.

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

N/A

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 ?

- Renforcer les aides à la visibilité dans les festivals internationaux de cinéma.
- Renforcer la co-crédation de contenu avec d'autres pays pour renforcer la visibilité des contenus (Le Successeurs / The Sticky etc...) et donc créer des liens de coproduction plus fort avec la francophonie, et les US.

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

Le renforcement des liens de co-production permettra un meilleur financement et une meilleure découvrabilité de nos créations. Même chose pour les festivals et les liens qu'ils ont entre eux.

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

Les coproduction Franco-Européenne qui avec le soutien du CNC permettent une visibilité extrêmement forte du cinéma français dans le monde.

Prendre exemple sur les festivals d'ici (FNC et Cinémaia).