

30 novembre 2024

**PISTES DE RÉFLEXION QUANT AUX ENJEUX DE L'ÉCOSYSTÈME DE LA
BALADODIFFUSION INDÉPENDANTE AU QUÉBEC**

Contribution remise au Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec dans le
cadre de ses consultations publiques de novembre 2024

Prune Lieutier
Chercheuse postdoctorale / Pôle Mosaïc – HEC Montréal
Co-fondatrice / La puce à l'oreille

Ce mémoire de travail vise à contribuer aux consultations en cours sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec, en ce qui a trait aux enjeux rencontrés par les professionnel·les de la baladodiffusion indépendante au Québec et aux pistes de solutions envisageables en réponse à ces enjeux. Les éléments qui y sont présentés sont issus des résultats préliminaires d'une recherche postdoctorale intitulée « Enjeux de production, de diffusion, de découvrabilité et de représentation en baladodiffusion indépendante au Québec » (mai 2023 / mai 2025), dont les conclusions finales seront présentées en février 2025, assorties d'un rapport final et de pistes de recommandations.

Cette recherche a été financée par le Fonds de recherche du Québec – Société et culture ainsi que par l'organisme MITACS et a été menée au sein du Pôle Mosaïc – créativité et innovation de HEC Montréal et sous la direction du professeur Laurent Simon, ainsi qu'en partenariat avec l'organisme Xn Québec.

MISE EN CONTEXTE. De l'importance de la prise en considération de l'écosystème de la baladodiffusion dans le paysage audiovisuel québécois

Rapide survol historique

En 2014, le grand public découvrait, captivé, la première saison du balado¹ américain *Serial*, une proposition documentaire mêlant mise en récit, investigation journalistique et musique originale produite par le studio *Serial productions* et réalisée par la journaliste Sarah Koenig dans le cadre de son émission *This American Life*. Quatre ans plus tard, en 2018, les saisons 1 et 2 de ce balado totalisaient 340 millions de téléchargements (Spangler, 2018), plaçant ainsi *Serial* au même niveau, voire à un niveau supérieur de popularité des plus importantes des productions Netflix².

Cet important succès, bien qu'encore exceptionnel à ce jour, s'ancre dans une histoire de plus de deux décennies de développement du secteur de la création balado, un secteur particulièrement foisonnant aux États-Unis et dans l'univers francophone. Ainsi, comme le rappelle Volcler (2018), citée par Cohen (2019), trois phases jalonnent l'histoire de la baladodiffusion. La première phase s'étale de 2001 à 2006, marquée par la mise en ligne du premier fichier sonore sur un flux RSS par l'américain Dave Winer (2001), la création de la plateforme de balados francophones *Arte Radio* en France (2002), la mise en ligne du premier balado de masse américain, le *Daily Source Code* (2002), ou encore la création de *Podemus*, premier portail francophone de balados (2005).

La deuxième phase s'étale de 2007 à 2015 et est marquée par une « volonté de structuration et de déploiement » (Cohen, 2019) et par l'arrivée de nombreuses propositions balado, notamment, grande nouveauté, dans le cadre de campagnes politiques (Bernie Sanders et Hillary Clinton ont ainsi utilisé le médium dans le cadre de la campagne présidentielle américaine 2015 – 2016) ou portées par des médias traditionnels (*Le Parisien*, *Slate*, *Radio-Canada*, par exemple). Le balado devient un médium qui sort de l'*underground* pour atteindre les sphères plus larges de la société, abordant des sujets d'une grande diversité, du genre criminel ou humoristiques (deux genres fortement plébiscités), à la vie courante, les finances, la parentalité, la politique ou autres. Plus modestement, les contenus jeunesse construisent eux-aussi leur chemin, avec la création, dès 2012, du studio français Bloom, dédié aux productions pour enfants puis, dès 2020, pour les ados, mais aussi des premières productions originales de Radio-France telles que l'adaptation en balado des aventures de Tintin, « Les 7 boules de cristal » (2017) ou encore « Une histoire et Oli » (2018). Plus

¹ ¹ L'Office québécois de la langue française a proposé en 2005 les termes balado et fichier balado pour désigner un « fichier audio contenant une émission ou une chronique, mis à la disposition du public sur Internet afin d'être lu en continu par l'intermédiaire d'une application prévue à cet effet ou téléchargé automatiquement par abonnement ou sur demande pour lecture ultérieure ». Par ailleurs, l'Office québécois de la langue française précise : « le terme *baladodiffusion* est normalement réservé pour désigner le mode de diffusion, la technologie (*podcasting*, en anglais) et non le fichier (*podcast*, en anglais), que l'on appellera *balado* ».

² À titre de comparable, au même moment, le film Netflix *Bird Box* (Bier, 2018), mettant en scène la vedette internationale Sandra Bullock, comptabilisait 45 millions de spectateur·trices.

proche de nous, Radio-Canada a lancé en 2016 son célèbre balado jeunesse « El Kapoutchi » tandis que se créait, en 2018, le studio spécialisé La puce à l'oreille.

La troisième phase, enfin, a démarré en 2016 et peut être définie comme une « phase de recherche sur les contenus, sur leurs dimensions sonores aussi bien que sur les modèles économiques qui permettent à l'expérience de s'inscrire dans la durée » (Cohen, 2019), avec la création de nombreux studios de production et l'investissement massif des radios traditionnelles dans la production de contenus balados. Ainsi, au Québec seulement, depuis 2016, sont apparus, entre autres, les studios Magnéto (2016), Transistor (2017), La puce à l'oreille (2018), Grand public (2018), Recréation (2019), Boréal (2020), ou encore Goscript (2021), dont les productions balados s'ajoutent à celles créées par des médias indépendants ou des entreprises de production documentaires (Ricochet, Picbois Productions, etc), par des organismes issus de secteurs traditionnels des arts (le Théâtre Bouches Décousues, la Tohu, etc), de la muséologie (Pointe-à-Callières, Musée des beaux-arts de Montréal, Musée de la civilisation de Québec, etc) ou encore, plus généralement, doté d'une mission de médiation (Espace pour la vie, La pulperie de Chicoutimi, etc), auxquels s'ajoutent les créateur·trices indépendant·es ne s'inscrivant pas dans des structures de production classiques.

En parallèle, les grands diffuseurs institutionnels se sont eux aussi massivement lancés dans l'aventure de la baladodiffusion, à titre de diffuseurs mais aussi de producteurs, avec notamment la mise en ligne de balados sur le site de Télé-Québec (2017) ou encore la création des plateformes QUB Radio de Québecor (2018 – restructurée en 2023) et Ohdio de Radio-Canada (2019). Là plus encore que dans la phase précédente, les types de contenus s'éclatent en une immense constellation de sujets et de thématiques, parfois extrêmement nichés, offrant un vaste terrain de jeu pour la créativité des professionnel·les comme des amateurs. Cette grande représentativité des niches fait du balado l'un des médiums les plus intéressants aujourd'hui en ce qui a trait à l'expression culturelle et populaire des jeunes adultes.

En 2018, les réputés prix NUMIX du regroupement des producteurs multimédia Xn Québec créaient une catégorie dédiée aux balados, et, la même année, plusieurs balados québécois (*Papa est fatigué*, de La puce à l'oreille - 2018, ou encore *Fil rouge*, de Ricochet - 2018), se voyaient finalistes ou récipiendaires de prix du prestigieux Paris Podcast festival³. Il est intéressant d'observer. Dans cette même vague, plusieurs événements et festivals émergent au Québec, pour rassembler professionnels et amateurs et échanger sur les réalités, les enjeux mais aussi les ambitions de l'écosystème, tout en privilégiant la découverte et la rencontre : le festival de la Radio numérique, porté par le studio Transistor, prend ainsi ses quartiers à Gatineau dès 2017, offrant une vitrine fantastique pour les publics mais aussi de précieux espaces de rencontres professionnelles à des acteur·trices de l'écosystème francophone de la baladodiffusion indépendante, tandis que le Festipod rassemble, dès 2020, professionnels et amateurs à Montréal. En 2019, La puce à l'oreille propose trois jours d'événements consacrés à la production jeunesse avec *Les récrés sonores*, projet poursuivi en 2023 par la mise sur pied d'une journée professionnelle à Paris

³ Le Paris podcast festival a d'ailleurs innové en 2022 avec pour premier pays invité le Canada, et une programmation à forte saveur québécoise.

et de deux journées à destination du grand public à la Nouvelle-Orléans. Dès 2022, Radio-Canada propose ses *Journées de rencontre Ohdio*, dont la grande majorité de la programmation s'adresse aux professionnel·les, et tout récemment, en août 2024, avait lieu la première édition d'un festival dédié plus spécifiquement à la production balado du genre criminel, le festival *Podcrime*.

Un médium qui compte, peu soutenu mais en voie de structuration

Cause ou conséquence de cette foisonnante activité, les écoutes de balados au Québec sont désormais massives : selon les dernières données disponibles, 25% de la population québécoise écoute des balados, au moins mensuellement (Institut de la statistique du Québec, 2024). De plus, selon les derniers chiffres collectés par l'Observatoire des technologies médias (OTM) au printemps 2023, on constate une augmentation de 47% de l'écoute des balados entre 2019 et 2022, pour arriver en 2023 à un pourcentage de 26% des Canadien·nes francophones qui se disent auditeur·trices de balados (ce chiffre était de 10% en 2017!). Ce volume est particulièrement important chez les jeunes francophones de 18 à 35 ans, qui, toujours selon les données de l'OTM, sont près de la moitié à écouter des balados. Cependant, malgré sa grande vitalité, le secteur de la création indépendante québécoise en baladodiffusion semble peu structuré et outillé : on observe ainsi une grande diversité des structures (artistes / entrepreneurs individuels, entreprises de production, organismes à but non lucratif, divisions de médias ou d'entreprises de production en audiovisuel, etc) mais aussi des modèles économiques (commandes clés en main, financement dérivés de financement traditionnels en arts ou en production audiovisuelle, recettes publicitaires, abonnements, etc); une inexistence de financements publics « au fonctionnement » et une rareté des financements publics « au projet »; une rareté des formations initiales et continues; une absence de structures d'incubation dédiées au secteur; une absence de regroupement syndical des créatrices et créateurs indépendants; ou encore une adhésion limitée aux ententes collectives des syndicats traditionnels (Union des artistes - UDA, Union des écrivaines et des écrivains québécois - UNEQ, notamment).

En revanche, le secteur tend aujourd'hui à se structurer, avec les difficultés, les écueils, les enjeux mais aussi parfois les moments d'épiphanie qui peuvent caractériser le passage d'un domaine créatif d'une phase d'émergence à une phase de solidification de ses assises. Les pouvoirs publics (Patrimoine Canada, qui a sondé le milieu de la production canadienne en balado en 2020, ou encore le Ministère de la Culture et des Communications du Québec, la SODEC et le Conseil des arts et des lettres du Québec, qui non seulement ont ouvert certains de leur programmes à la production en baladodiffusion – dans les clientèles ou les projets admissibles mais ont également accueilli le dialogue avec l'écosystème de production) s'interrogent sur la meilleure manière de soutenir le milieu et cherchent à s'informer et à s'outiller à cette fin. L'écosystème lui-même, via, d'abord, des groupes dédiés sur les réseaux sociaux puis, de manière plus poussée via des rencontres collectives et des comités de travail, est en cours d'organisation et cherche à définir ses propres contours, objectifs et revendications. Par ailleurs, l'intérêt médiatique pour le secteur de la baladiffusion allant croissant, on peut imaginer (même si cela pourrait faire l'objet d'analyses subséquentes) que l'on vit actuellement une plus grande démocratisation non seulement des contenus balados mais aussi des conditions de leur production.

Il semblerait donc que nous sommes aujourd'hui, et depuis quelques mois, à l'orée d'une quatrième phase qui pourrait être celle de la structuration et de la consolidation des fondations visant à faire du secteur de la baladodiffusion un secteur médiatique affirmé, tel que le cinéma, la télévision, les jeux vidéo ou encore la radio traditionnelle. Cette période excitante est néanmoins marquée par des besoins contradictoires : comment à la fois préserver la création indépendante en amateur et l'expérimentation tout en professionnalisant le secteur? Comment s'assurer d'une juste rémunération des acteurs de l'industrie tout en préservant l'accessibilité des contenus au plus grand nombre? Comment assurer la pérennité d'un domaine créatif émergent tout en assurant une suffisante fluidité dans son développement pour permettre voire favoriser l'expérimentation? Comment être visibles et écoutés, indépendants et libres, tout en évoluant dans un univers médiatique encore dominé par des grandes plateformes et disposant de peu d'outils et d'espaces de diffusion, de visibilité et de découvrabilité façonnés par les acteurs du milieu?

Bien sûr, en tant que chercheuse, je n'ai en aucun cas la prétention de répondre à ces questions. En revanche, je crois possible de poser, de manière collective, des actions positives de réflexion, de préservation et de développement du secteur de la baladodiffusion indépendante au Québec, dès lors que l'on dispose d'une meilleure information sur les enjeux actuels et les potentiels à venir, ainsi que les pistes de solution envisageables. De surcroît, de nombreux défis attendent aujourd'hui le secteur de la baladodiffusion : la consolidation de ses assises, l'étude et la défense de ses évolutions et modèles de travail, le développement exponentiel du recours à l'intelligence artificielle générative, la découvrabilité des contenus au sein de l'espace culturel numérique francophone, le maintien de ses financements et de son équilibre économique, etc. C'est, je crois, l'un des potentiels de la consultation du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec que de se saisir de ces enjeux et de placer la baladodiffusion indépendante au cœur de ses préoccupations, au même titre que d'autres secteurs de production médiatique plus installés.

Rapide survol des enjeux identifiés lors de la recherche

Tel que précédemment évoqué, les résultats de ma recherche postdoctorale s'intéressant aux enjeux de production, de diffusion, de découvrabilité et de représentation en baladodiffusion indépendante au Québec feront l'objet d'un rapport complet qui sera publié en février 2025 par l'organisme Xn Québec. En revanche, il me semble pertinent d'exposer ici de manière sommaire les enjeux que j'ai pu observer lors de ma collecte de données (entretiens individuels, analyse d'occurrences médiatiques, analyse des discours publics - rencontres collectives publiques, interactions sur les réseaux sociaux, etc, ainsi que documentation de mes propres enjeux de productrice - participation observante) et l'analyse que j'ai pu en faire. Trois grandes catégories d'enjeux émergent de mes résultats de recherche : (1) définir et se définir, (2) créer et produire et enfin (3) être entendu·es :

Définir et se définir : il reste encore un travail de fond à effectuer concernant les balises de ce que recouvre le terme balado. Les professionnel·les s'interrogent sur la pertinence d'y inclure des éléments audionumériques tels que les livres audio ou encore les balados

se déployant essentiellement en vidéo sur les plateformes sociales. Par ailleurs, l'inexistence d'un statut juridique dédié (de type numéro international normalisé) complique l'identification des contenus. Enfin, de nombreux questionnements occupent en ce moment l'écosystème professionnel en baladodiffusion concernant les formes que pourraient prendre une structure de représentation collective, en mesure d'agir comme interlocutrice des pouvoirs publics et des diffuseurs, mais aussi en soutien aux artistes et producteur·trices, confirmé·es comme émergent·es.

Créer et produire : comme dans la plupart des domaines créatifs en émergence, on assiste à une entrepreneurialisation excessive des créateur·trices qui, faute de moyens et d'outils appropriés, se retrouvent fréquemment à devoir endosser, en sus de leurs explorations artistiques, les rôles de producteur·trices, communicant·es, administrateur·trices, expert·es en découvrabilité et autres. Cela joue bien entendu sur le temps et l'énergie qu'ils et elles sont en capacité d'investir sur leur métier premier, la création. Force est également de constater qu'existe aujourd'hui encore une grande lacune en termes de formations initiales et continues aux métiers de la baladodiffusion. Par ailleurs, l'un des grands enjeux en ce qui a trait à la production est la grande disparité et rareté des sources potentielles de revenus, en particulier en ce qui a trait aux financements publics, qu'il s'agisse de financements aux projets ou au fonctionnement. Enfin, l'intelligence artificielle générative reste une source à la fois d'inquiétudes (préservation des expressions artistiques et linguistiques, disparition de métiers, etc) et d'opportunités (soutien à la découvrabilité, à la recherche, etc).

Être entendu·es : les productions balados indépendantes québécoises souffrent d'espaces de diffusion éparpillés voire saturés, amenant nos contenus locaux à se perdre au sein du vaste espace numérique francophone. L'absence d'accès aux espaces traditionnels de découvrabilité de la culture auprès du grand public (bibliothèques, maisons de la culture, espaces de diffusion, etc), la difficulté de mettre en place des stratégies de découvrabilité collectives, l'absence d'une norme sectorielle reconnue permettant la traçabilité des contenus, une méconnaissance de certains segments de publics et les enjeux liés à l'exportation des contenus restent des freins majeurs à une meilleure visibilité des contenus québécois en baladodiffusion.

CONTRIBUTION AUX QUESTIONNEMENTS DU GROUPE DE TRAVAIL. *Proposition de pistes de réflexion concernant les objectifs majeurs identifiés par le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec*

Objectif 1 – Stimuler la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires

Le Québec regorge de talents, notamment dans le domaine de la baladodiffusion, tel qu'en témoigne la foisonnante activité et la variété des productions d'ici. En revanche, alors que l'intérêt et des artistes et des publics pour ce médium se développe de manière exponentielle, peu d'outils et de soutiens sont mis à la disposition des productions indépendantes d'ici. Trois actions majeures pourraient ainsi être mises en place à court terme, favorisant, à moyen et long terme, le développement d'un écosystème professionnel riche et solide, en capacité de rayonner et de défricher des sentiers créatifs inexplorés :

Accroître, formaliser et pérenniser le soutien à la création indépendante : peu de mesures de soutien public, en particulier financières, existent aujourd'hui dans le paysage québécois. Afin de favoriser le développement de productions faisant la part belle à de nouvelles histoires et mettant en lumière de nouveaux talents, le développement et la pérennisation de programmes de soutien appropriés et aux enveloppes adaptées aux besoins semblent aujourd'hui essentiels. Ces mesures pourraient s'intégrer, par une augmentation des enveloppes, aux mesures de soutien existantes pour les arts et la culture ou bien constituer de nouveaux programmes. Il serait bien entendu important de s'assurer de la représentativité des différentes diversités (culturelles, sexuelles et de genre, capacitaire ou encore communicationnelle) qui forment la société québécoise, ainsi que de soutenir activement les talents émergents. Par ailleurs, des accès à tarifs préférentiels pourraient être offerts pour l'accès aux archives sonores québécoises, favorisant ainsi la création documentaire et compensant les potentiels limités de revenus conséquents des ventes en diffusion.

Soutenir la mise en place d'initiatives de formation initiale et continue en baladodiffusion de création : afin de former les futur·es professionnel·les de la baladodiffusion, aussi bien en production qu'en création, il semble important de soutenir le développement de formations, notamment universitaires. Aujourd'hui, en effet, peu de cours de ce type (notons cependant un programme dédié à l'Université Laval) sont proposés dans les cégeps et universités québécois, malgré l'appétence des jeunes talents pour ce médium accessible et favorisant une grande liberté d'expression. De surcroît, il serait également pertinent de soutenir le développement d'initiatives de formation continue, pour les professionnel·les aussi bien de la production médiatique culturelle qu'en journalisme traditionnel.

Soutenir la mise sur pied d'initiatives offrant un soutien à la création, à la production, à la curation, à la diffusion et à la promotion en baladodiffusion indépendante : afin de fournir des outils et moyens adaptés aux besoins des professionnel·les et aspirant·es professionnel·les de la baladodiffusion québécoise, la mise sur pied de structures (physiques ou virtuelles) d'accompagnement dédiées semble une avenue prometteuse. Ces structures pourraient s'assurer d'offrir l'accès à des équipements et studios

d'enregistrement, de la formation continue, du soutien à la recherche et au développement de nouvelles créations mais aussi de dispositifs innovants de production ou de diffusion, ou encore assurer une curation de contenus et le développement de vitrines (événements et autres) de promotion collective. De surcroît, de telles structures pourraient favoriser la mutualisation des ressources et expertises, un atout précieux dans un domaine qui souffre, nous l'avons dit, d'une trop grande entrepreneurialisation de ses artistes. À Montréal, une initiative de ce type, la Maison du son, est ainsi actuellement en conception.

Objectif 2 – Soutenir la production de contenus variés de qualité

Bien que forte de plus de deux décennies d'exploration, au Québec comme ailleurs, la création balado innove encore quant aux genres et aux formats qu'elle explore. Il va de soi que les actuels et futurs bouleversements technologiques (intelligence artificielle générative, évolution des dispositifs de production, de diffusion et d'écoute, etc), mais aussi les connaissances et l'appétence exponentielles des publics pour les contenus audio numériques narratifs, vont également fort probablement influencer plusieurs des avenues d'exploration futures des créateur·trices. Il semble essentiel d'œuvrer aujourd'hui à consolider la place de choix qu'occupe aujourd'hui la baladodiffusion québécoise au sein de l'espace culturel numérique francophone aux niveaux local et international. À cette fin, trois actions majeures pourraient ainsi être mises en place à court terme, ouvrant la voie au développement d'un écosystème professionnel audacieux et à l'avant-garde, offrant aux publics locaux et internationaux une grande pluralité de contenus :

Assurer une vraie reconnaissance de l'écosystème de la baladodiffusion au sein des conversations et prises de décision politiques en lien avec l'audiovisuel au Québec : il semble aujourd'hui essentiel, alors que l'écosystème de la baladodiffusion au Québec est en cours de structuration, passant d'un secteur créatif en émergence à un secteur plus affirmé, de lui accorder la place qui lui revient dans les réflexions en lien avec l'audiovisuel mais aussi les arts et la culture au Québec. Il serait nécessaire que ses acteur·trices ou, lorsqu'une telle structure sera déterminée, ses représentant·es, soient consultés lors des grandes décisions politiques concernant ces domaines. Cela permettra non seulement de contribuer à la reconnaissance et à la professionnalisation du secteur, mais également de favoriser l'intégration des productions balados dans une dynamique de transversalité avec des productions connexes issues d'autres domaines de production médiatique.

Soutenir la mise en place d'initiatives de financements au fonctionnement des entités de production, favorisant la prise de risque et l'exploration : nous avons évoqué plus haut le besoin d'accroître et de favoriser le financement aux créations balados québécoises, mais il semble aussi important de souligner la nécessité de développer des programmes de financements publics permettant le soutien au fonctionnement des entités de création et de production (entreprises, coops et organismes à but non lucratif). Un tel soutien, qui pourrait prendre la forme d'une ouverture des programmes actuels aux entités de production en balado ou bien la création de programmes spécifiquement dédiés à de telles entités, donnera l'opportunité aux professionnel·les de prendre des risques. Il pourrait s'agir d'explorer de nouveaux genres ou formats, mais aussi de développer des nouvelles avenues de diffusion et de découvrabilité, de nouveaux modèles d'affaires, voire contribuer à la recherche de

nouveaux types de dispositifs technologiques de diffusion et d'écoute. À moyen et à long terme, ce type de soutien contribuera à un Québec créatif audacieux et novateur.

Suivre et observer les évolutions de l'intelligence artificielle générative, anticiper les potentiels enjeux liés et s'assurer d'en saisir les opportunités : nous l'avons évoqué plus haut dans ce document, l'intelligence artificielle est à la fois une source d'inquiétude pour les professionnel·es de la baladodiffusion mais aussi une potentielle source d'opportunités. Il serait particulièrement intéressant de soutenir des recherches et initiatives visant d'une part à évaluer ces risques et opportunités et par ailleurs soutenant la mise en place de stratégies efficaces pour se prémunir de ces risques et se saisir des opportunités.

Objectif 3 – Accroître la production de contenus jeunesse

La production jeunesse en balado au Québec représente bien entendu une minorité du volume de contenus produits chaque année. Cependant, elle offre une grande variété de contenus et de genres, offre divertissements et apprentissages, peut soutenir la mise en place de projets pédagogiques par les enseignant·es et permet, évidemment, le renouvellement des publics. Les éléments exposés ici au regard de cet objectif en particulier sont spécifiquement issus d'observations liés aux activités de l'organisme La puce à l'oreille, dont je suis l'une des cofondatrices. La puce à l'oreille est le seul studio de production spécifiquement dédié à la production de balados jeunesse au Québec et encore l'un des rares en francophonie. Il fait face, comme d'autres producteur·trices de balados jeunesse québécois·es, à des enjeux particuliers, tels que, notamment, l'absence de revenus publicitaires potentiels, l'importance des accès aux communautés pédagogiques et la méconnaissance de la consommation et des habitudes des publics. Trois actions majeures pourraient être développées à court terme, avec pour ambition à long terme la contribution au développement d'une offre médiatique et numérique jeunesse québécoise riche, audacieuse et distinctive.

Accroître, formaliser et pérenniser le soutien à la création jeunesse : la production médiatique à destination des jeunes publics comporte son lot de spécificités et nécessite des expertises particulières, et la production en balado jeunesse ne fait pas exception à la règle. Le développement de financements spécifiques, permettant le développement de nouvelles œuvres distinctives, mais aussi l'exploration de nouveaux genres et formats, à destination des jeunes publics dans leur grande diversité d'âge, d'intérêts et de réalités, leur permettant de rêver, d'apprendre ou tout simplement de se divertir, est d'une importance primordiale. Si un fonds spécifique est désormais disponible tous les deux ans au Conseil des arts et des lettres et en partenariat avec Télé-Québec (et c'est heureux!), elle se limite au financement d'une création unique et nécessairement fictionnelle. La mise à disposition de financements plus inclusifs de différentes formes créatives permettrait d'assurer une plus grande diversité de contenus et de propositions, tout en incitant les créateur·trices à s'intéresser à ce segment si particulier de publics. En particulier, il serait souhaitable de soutenir la bonification de l'offre à destination des adolescent·es, un segment encore peu desservi en production balado.

Soutenir les initiatives permettant une meilleure connaissance des publics jeunesse et favoriser les collaborations entre les milieux de création et les publics : les données actuellement disponibles sur les volumes et les habitudes de consommation des publics en balado au Québec ne s'intéressent quasiment jamais aux publics jeunesse, en particulier les 12 ans et moins. Or, leurs réalités de consommation de balados sont très différentes de celles des adultes et une meilleure connaissance de ces publics permettrait de soutenir les créateur·trices dans la production de contenus riches, pertinents et adaptés à ce public cible. Par ailleurs, les impacts de l'écoute (et de la médiation de la création) en baladodiffusion jeunesse sont encore très méconnus, notamment en termes de développement des connaissances et des compétences médiatiques des jeunes. Sur ces différents points, la mise en place et le soutien d'initiative favorisant la collaboration entre milieux de la création et milieux de la recherche semblent d'une grande pertinence.

Soutenir les initiatives de formation en production médiatique jeunesse : le Québec ne dispose pas aujourd'hui de programme de formation spécifiquement dédié au développement d'expertises en production médiatique à destination des jeunes publics, en particulier dans les domaines de l'audiovisuel et du numérique. Il semble en effet primordial d'outiller les professionnel·les et aspirants professionnel·les à développer des contenus pertinents, riches et audacieux pour les jeunes publics. Les productions médiatiques à destination des jeunes publics (livres, films, émissions de télévision, jeux vidéo) ont en effet, nous le savons, des impacts importants sur le développement des enfants, leur capacité à acquérir des connaissances et compétences et à cultiver des valeurs, tout en développant leur plaisir de découvrir des contenus créatifs. De leur posture de lecteur·trices ou de spectateur·trices, les enfants se nourrissent des représentations et discours que, en tant que société, nous décidons de financer, de produire, de promouvoir et, ultimement, de leur offrir. Soutenir l'acquisition de compétences en production jeunesse des écosystèmes médiatiques actuels ainsi que des futures générations de créateur·trices permettra non seulement de favoriser le développement de contenus pertinents pour les jeunes publics québécois mais aussi de contribuer au rayonnement de la création audiovisuelle québécoise à l'international.

Objectif 4 – Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus accessibles pour tous les publics et les écrans

Tel que rappelé plus haut dans ce document, cause ou conséquence d'un grand foisonnement de productions et de la vitalité du secteur, les écoutes de balados se développent de manière exponentielle au Québec, malgré une légère stabilisation cette dernière année. En revanche, il semble important de poursuivre les efforts de production, de diffusion et d'accessibilité des contenus à un public de plus en plus large, notamment auprès de publics de niche tels que les jeunes (notamment pour assurer le renouvellement des publics), les personnes issues des différentes diversités linguistiques composant la société québécoise, ou encore les personnes en situation de handicap auditif. De surcroît, afin d'aller au-devant des publics les plus éloignés des productions balado, il semble important de développer des avenues et dispositifs d'écoute novateurs. Deux actions majeures pourraient être mises en place à court terme pour contribuer à l'accessibilité des contenus au plus large public :

Soutenir le développement d'une offre de baladodiffusion québécoise accessible et inclusive : dans un souci d'inclusivité et d'accessibilité de la production médiatique audionumérique québécoise, il semble important de soutenir les initiatives qui favorisent le développement de contenus, outils et expertises dédiés. Ainsi, la généralisation de la production de versions sous-titrée des balados (via une diffusion sur des plateformes vidéo), le soutien au développement de contenus accessibles aux personnes issues de la diversité capacitaire (spectre autistique, notamment), le soutien au développement de contenus des différentes communautés linguistiques québécoises, le soutien à la représentativité des personnes issues des différentes diversités, notamment de la diversité communicationnelle ou encore, entre autres possibilités, le développement d'outils favorisant une meilleure accessibilité, pourraient être des exemples de mesures à envisager.

Soutenir l'exploration des potentiels de la vente de droits d'adaptation : parmi les potentielles sources de revenus de la création et de la diffusion en baladodiffusion, la vente de droits d'adaptation à d'autres secteurs médiatiques (cinéma, télévision, édition, etc) reste encore peu exploitée. À l'exception notable de quelques publications issues de balados à succès (on pense ici aux balados *Captives* ou encore *Ars Moriendi*, par exemple) ou encore de séries télé et émissions (Distorsion en émission télévision documentaire ou encore, en production, le balado Devenir Margot en version websérie fictionnelle), peu de balados ont épousé d'autres formes médiatiques. Cela serait pourtant à explorer afin d'une part de soutenir l'économie de l'écosystème mais aussi son rayonnement.

Objectif 5 – Améliorer la promotion et l'exploitation des contenus à travers toutes les étapes de production et de diffusion, tant dans les espaces traditionnels que numériques

Si cela est vrai pour l'ensemble des productions médiatiques, la nécessité de travailler à la promotion et à la découvrabilité des contenus balados québécois semble particulièrement importante alors que l'écosystème de ce médium entre dans une phase de structuration, de professionnalisation et de croissance. Ainsi, la mise en place d'actions et cadre de travail collectifs pour soutenir le rayonnement des productions et le développement d'avenues et dispositifs d'écoute novateurs afin d'aller au-devant des publics les plus éloignés des productions balado, semblent essentielles. Deux actions majeures pourraient être mises en place à court terme, dans le but de favoriser la visibilité et le rayonnement des productions québécois aux échelles locale et internationales :

Soutenir le développement d'un cadre de travail collectif en matière de découvrabilité : alors que la musique, les arts de la scène, le cinéma et le livre disposent de normes sectorielles reconnues (la norme Métamusique ou encore la norme de la Société de gestion de la banque de titres de langue française pour les livres, à titre d'exemples), leur permettant de mieux structurer leurs actions de découvrabilité au sein des espaces traditionnels et numériques, les balados ne disposent pas encore de dispositif équivalent. L'absence d'une norme et, par extension, de stratégies collectives en découvrabilité, éparpillent les efforts actuellement menés par les créateur·trice et entités de production, affaiblissent le rayonnement des œuvres québécoises aux échelles locale et internationale

et diminuent sa visibilité au sein d'espaces numériques saturés. Il paraît essentiel de soutenir la mise en place rapidement d'un cadre structurant en termes de découvrabilité en baladodiffusion.

Soutenir l'équipement de lieux publics de diffusion de la culture en dispositifs d'écoute : afin de s'assurer de rejoindre des publics plus éloignés des propositions en baladodiffusion et de permettre aux productions audionumériques québécoises d'être visibles en dehors d'un espace numérique francophone saturé, l'exploration du développement de postes et espaces d'écoutes au sein des espaces traditionnels de découvrabilité de la culture semble une avenue porteuse et déjà explorée par différents lieux tels que les bibliothèques de Montréal. Ainsi, la mise en place de tels espaces au sein des bibliothèques publiques et scolaires serait, déjà, une mesure soutenant à la fois la diffusion mais aussi l'accessibilité des contenus.

Objectif 6 – Stimuler l'exportation et favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois sur les marchés internationaux

Au cours de ma recherche, plusieurs des personnes interrogées ont exprimé leur souhait non seulement d'atteindre une audience plus internationale avec leurs œuvres mais aussi de travailler conjointement avec des entités de production et des créateur·trices hors Québec, dans des logiques de coproduction. Certaines initiatives ont été menées, notamment par les diffuseurs nationaux Radio-Canada et Radio-France ou encore Radio-Canada et Arte Radio, mais peu de producteur·trices indépendant·es ont pu accéder à ce type de projets. Or, plusieurs actions pourraient être menées à court terme pour favoriser un meilleur rayonnement et de plus nombreuses collaborations internationales :

Soutenir la mise en place de vitrines internationales dans des festivals et marchés professionnels : sur le modèle de ce qui peut être mis en place par l'organisme Xn Québec pour les industries culturelles et médiatiques au sein de festivals et marchés internationaux, il semble essentiel de soutenir l'écosystème de la baladodiffusion québécoise au développement de vitrines d'expertises et de contenus à l'international. De telles vitrines pourraient être déployées au sein de festivals dédiés à la production balado (tel que cela a pu être expérimenté, par exemple, lors du Paris Podcast Festival 2022, qui avait pour pays invité le Canada et faisant la part belle aux productions québécoises) mais également, plus largement, au sein des festivals des industries audiovisuelles et numériques. Dans la même veine, l'invitation de professionnel·les issu·es du Canada hors-Québec ou de l'international au sein de festivals québécois permettrait l'établissement et la consolidation de potentiels liens d'affaires.

Soutenir la traduction des œuvres québécoises : afin de favoriser l'exportation des contenus francophones québécois à l'international, ainsi que la découvrabilité de la richesse de la production du Québec par les publics en dehors de la province, mais aussi de développer de potentielles nouvelles avenues financières pour les producteur·trices d'ici, un soutien à la traduction des œuvres pourrait présenter de nombreux avantages. Cela favoriserait ainsi la vente de droits d'adaptation à l'international, permettrait un

rayonnement plus large des œuvres et contribuerait, à terme, au développement de coproductions internationales.