

Repenser l'avenir audiovisuel du Québec
ressources limitées, potentiel infini

**Mémoire
Présenté au
GROUPE DE TRAVAIL
SUR L'AVENIR
DE L'AUDIOVISUEL
AU QUÉBEC**

**Rédigé par
Renaud Lessard
26 octobre 2024**

INTRODUCTION

Je m'appelle Renaud Lessard, je suis scénariste, réalisateur, monteur, producteur, chargé de cours à l'université et entrepreneur. Depuis plus de dix ans, je m'investis dans un cinéma qui explore l'intime et l'universelle. Mon parcours brouille la frontière entre le documentaire et la fiction. Pour moi, le cinéma est un prétexte pour aller à la rencontre de gens de tout acabit et explorer les contradictions qui façonnent les rapports humains. Mes films sont ancrés dans la cocréation, mon travail s'est vu décerné le prix Gilles-Carle (meilleur premier ou deuxième long métrage) ainsi que le Grand prix au Festival du Nouveau Cinéma.

En enseignant, je partage mon expertise avec la prochaine génération de cinéastes, ce qui me pousse à réfléchir à mes propres pratiques et à les articuler de manière claire. Ce rôle me permet d'avoir une perspective actuelle sur les défis et les opportunités auxquels font face les jeunes créateurs. Ce contact constant avec les élèves me permet de rester à l'écoute des nouvelles tendances et des besoins du milieu.

Je suis aussi fondateur de deux entreprises, une compagnie de production audiovisuelle et une compagnie de papier à rouler. En tant que producteur, je suis conscient des réalités concrètes du secteur de l'audiovisuel. Mon parcours entrepreneurial dans le secteur des produits de grande consommation m'apporte une perspective unique sur les défis économiques, notamment en ce qui concerne la gestion des ressources, la compétitivité et l'adaptation aux attentes des consommateurs.

Mon éventail d'expériences me permet d'avoir une vision holistique du processus créatif et un point de vue tout particulier sur le système économique culturel. Ensemble, ces compétences me positionnent comme un acteur polyvalent et informé du milieu cinématographique, capable de naviguer entre l'art et l'industrie.

À travers ces expériences, j'ai appris à comprendre la culture comme un vaste écosystème où chaque voix et chaque histoire enrichissent notre paysage collectif. La culture, c'est l'ensemble de ce que nous partageons; l'audiovisuel en est un vecteur puissant, qui permet de refléter nos

identités, de questionner nos valeurs et de relier les individus par des histoires qui résonnent au-delà des différences.

Je souhaite partager cette vision de la culture et m'engager pour que le Québec soutienne des œuvres audacieuses et diversifiées. À cette fin, je tiens à offrir humblement quelques pistes de réflexion pour assurer la pérennité, la représentativité et la vitalité de notre production audiovisuelle.

En tant que créateurs, nous devons garder à l'esprit que l'argent dont nous bénéficions provient des fonds publics. Nous avons la responsabilité de gérer ces ressources avec la plus grande rigueur. Rien ne nous est dû. À une époque où le filet social s'étiole, où l'itinérance est en croissance et où le système de santé public montre des signes de déclin, la solution pour l'avenir audiovisuel ne peut pas se résumer à « plus d'argent ».

L'ère numérique bouleverse les médias traditionnels et les mécanismes de financement de la culture nationale. Les renversements sont profonds, les solutions pour s'adapter doivent être ambitieuses.

STIMULER LA CRÉATION ET L'ÉMERGENCE DES MEILLEURS TALENTS, IDÉES ET HISTOIRES ;

a. À court terme, quelles sont les trois actions que le Québec devrait prioriser pour atteindre cet objectif?

1) Multiplier les micro-bourses

On pourrait produire dix films avec un budget de 300 000 \$ chacun plutôt qu'un seul à 3 millions. Travailler avec des budgets plus modestes incite à optimiser les ressources, à adopter des approches innovantes et à développer une agilité créative qui renforce l'authenticité des projets. En diversifiant les productions et en multipliant les petites opportunités, davantage de créateurs peuvent s'exprimer et enrichir l'offre cinématographique. Certains craignent que de tels budgets amplifient la précarité des artistes, mais celle-ci est déjà bien présente. « *Malgré une hausse de 25 % des budgets culturels au cours des dernières années, la moyenne salariale des artistes reste inchangée depuis 30 ans.* » (Brilliant 2024)

Cette stagnation limite la capacité des artistes à vivre de leur art et, pire encore, à créer. La concentration des fonds sur quelques projets d'envergure étouffe les voix émergentes et freine les initiatives audacieuses. En privilégiant des productions à plus petite échelle, nous pouvons offrir à un plus grand nombre d'artistes la possibilité de se réaliser, de prendre des risques créatifs et de diversifier notre paysage culturel. Soutenir une pluralité de projets permet de dynamiser l'écosystème artistique et de nourrir la richesse de notre patrimoine audiovisuel.

2) Stimuler l'investissement privé dans la culture audiovisuelle

Pourquoi ne pas étendre les avantages fiscaux accordés aux acquisitions d'œuvres d'art visuel aux entreprises qui soutiennent financièrement la production audiovisuelle? Actuellement, les déductions pour amortissement annuel liées à l'achat d'une œuvre d'art (20 % au fédéral et 33 1/3 % au Québec) constituent un levier fiscal bien connu. Appliquer un mécanisme similaire à la production audiovisuelle pourrait encourager les entreprises à investir davantage dans ce secteur. Ce type de mesure favoriserait non seulement la création de contenu local et original, mais aussi

le développement d'une économie culturelle dynamique, tout en permettant aux entreprises de bénéficier d'un avantage tangible pour leur engagement envers la culture.

3) Instaurer un système de bourses avec des candidatures anonymes

Les bourses évaluées à l'aveugle offrent une approche radicale pour stimuler la créativité, en sélectionnant et finançant des projets sans connaître l'identité des créateurs. Cette méthode permet de mettre l'accent sur l'originalité des idées et la qualité du contenu, plutôt que sur la réputation ou le parcours des artistes. En supprimant les biais liés à la notoriété, elle favorise l'émergence de talents méconnus et encourage une plus grande diversité d'approches créatives. Ce système ouvre la porte à des voix inédites, donnant ainsi une chance équitable à tous, quels que soient leur passé ou leur statut dans l'industrie.

«Les orchestres ne sont pas les seules organisations à avoir adopté ces évaluations aveugles. Pour éliminer les sources de biais, incluant ceux liés à la notoriété ou au prestige, les revues académiques utilisent régulièrement la révision par les pairs en double aveugle, où l'identité des auteurs et des réviseurs est inconnue. Il existe d'ailleurs des protocoles détaillés pour s'assurer du véritable anonymat des soumissions. [...] Les évaluations aveugles accomplissent simultanément trois objectifs: elles combattent la discrimination et les biais sociaux, elles renforcent la confiance en soi et elles accroissent la crédibilité des institutions. » (Lussier 2023)

4) Instaurer un système de bourses avec des dossier extra courts

La SODEC exige plus de trente documents pour une demande d'aide à la production ([Voir Liste des documents requis : SODEC](#)). Chacun de ces documents peut comporter entre 1 et 90 pages, ce qui fait qu'un dossier typique dépasse facilement 150 pages. Avec l'essor de l'intelligence artificielle et des grands modèles de langage, il est désormais facile pour n'importe qui de produire la centaine de pages nécessaires pour soumettre un projet. Cela a pour effet de surcharger les institutions avec une quantité colossale de projets à analyser et d'informations à traiter. Chaque année, la liste d'exigences s'allonge : on demande aujourd'hui une dizaine de

documents de plus qu'il y a dix ans. Cette escalade complique considérablement le travail des jurys et détourne des ressources précieuses du processus de création vers celui de sélection.

Je propose de s'inspirer des pratiques du FRQSC (Fonds de recherche du Québec - Société et culture), où chaque dossier de candidature est composé principalement de trois documents : une description du projet, une bibliographie et un formulaire de demande, chacun limité à une page. Cette exigence de concision oblige les créateurs à articuler clairement l'essentiel de leur idée, permettant ainsi aux jurys de pairs d'évaluer plus efficacement chaque projet, tout en allégeant la charge administrative et en recentrant les efforts sur la qualité des propositions.

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

La culture est avant tout le reflet de l'expérience humaine et des multiples perspectives qui la façonnent. Elle ne se résume pas à une industrie ou à un produit, mais à l'ensemble des œuvres, des idées et des récits portés par des individus. Dans cette optique, il est crucial de se rappeler que le rôle de l'État devrait être de stimuler l'émergence de ces voix, et non de les subordonner à des impératifs commerciaux.

Le financement actuel de l'industrie audiovisuelle se concentre souvent sur la pérennité des entreprises plutôt que sur le soutien et l'épanouissement des créateurs eux-mêmes. Cette approche met de côté le fait que les créateurs sont les véritables moteurs de l'innovation et de la diversité culturelle. Or, en privilégiant la protection des modèles d'affaires en place, la conversation autour de l'avenir de l'audiovisuel au Québec pourrait manquer un point essentiel : la culture naît et prospère par l'engagement des créateurs, non par les structures commerciales.

Une question fondamentale que doit se poser le gouvernement est la suivante : l'aide de l'État est-elle destinée à favoriser la création d'œuvres audiovisuelles ou à préserver un modèle d'affaires fondé sur la rente? La réponse à cette question déterminera la qualité et la pluralité des œuvres qui émergeront au Québec. Si l'État choisit de prioriser l'œuvre et le créateur, il contribue alors à un environnement dynamique et innovant où l'expérimentation est possible. En revanche, en privilégiant un modèle d'entreprise, il pourrait perpétuer une stagnation créative qui limite l'innovation au profit d'une minorité.

La transformation du médium audiovisuel

Depuis quelques années, on observe une évolution dans le paysage médiatique qui tend à offrir plus de pouvoir et de visibilité aux créateurs indépendants au détriment des grandes entreprises établies. Par exemple, dans l'industrie musicale, des plateformes comme Spotify permettent aux artistes indépendants de se faire connaître en dehors des grandes maisons de disque. Aujourd'hui, un nombre croissant de créateurs accède directement à son public, sans passer par les canaux traditionnels. *« En 2023, les créateurs indépendants ont généré près de 4,5 milliards de dollars sur Spotify. C'est la première année que les créateurs indépendants représentent environ la moitié de ce que l'ensemble du secteur a généré sur Spotify, qui totalisait plus de 9 milliards de dollars. » (Spotify 2024)*

Ce modèle pourrait bien s'appliquer à l'audiovisuel, où les créateurs peuvent utiliser des plateformes numériques pour diffuser leur contenu, en minimisant le rôle des intermédiaires. Cette évolution devrait inspirer le secteur cinématographique québécois à envisager des politiques qui favorisent l'autonomie créative plutôt que la dépendance à des structures corporatives.

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

1) S'inspirer du programme micro-budget de Téléfilm Canada

Le programme micro-budget de Téléfilm Canada est un exemple réussi d'initiative qui encourage des œuvres audacieuses avec des budgets réduits, en éliminant certains obstacles financiers et administratifs pour les jeunes talents. Ce modèle pourrait être étendu au Québec, avec des ajustements pour répondre aux spécificités locales. Par exemple, un programme similaire pourrait soutenir des productions indépendantes ou des créations de niche sans imposer de conditions excessivement contraignantes aux artistes.

SOUTENIR LA PRODUCTION DE CONTENUS VARIÉS DE QUALITÉ ;

a. À court terme, quelles sont les trois actions que le Québec devrait prioriser pour atteindre cet objectif?

1) Accorder un projet coup de cœur au jury

Une piste pour encourager la diversité et l'audace dans la sélection des œuvres audiovisuelles serait de donner à chaque jury le pouvoir de financer un projet coup de cœur par session de sélection, en dehors du système de notation habituel. Plutôt que de se baser uniquement sur une moyenne de points — une méthode qui tend à favoriser les projets consensuels en raison de l'agrégation des opinions —, cette approche permettrait au jury de soutenir des projets qui se distinguent par leur originalité, leur audace ou leur capacité à explorer des territoires artistiques inédits, même s'ils ne font pas l'unanimité.

Ce mécanisme de « projet coup de cœur » offrirait au jury une latitude pour soutenir des propositions qui, malgré une note moyenne inférieure, présentent une vision unique ou explorent des thématiques moins conventionnelles. Cela encouragerait les créateurs à oser davantage et renforcerait la diversité de la production audiovisuelle, en élargissant le spectre des œuvres financées.

2) Alléger la bureaucratie pour les petits projets

Le nombre de documents requis pour finaliser une demande de financement augmente chaque année, ce qui soulève la question de leur nécessité. Est-il vraiment souhaitable d'alourdir le processus de demande de financement au point de décourager les créateurs? Les exigences croissantes en matière de documentation peuvent parfois sembler excessives, en particulier lorsqu'on compare le secteur culturel à d'autres secteurs. Est-ce que toutes les entreprises non culturelles doivent fournir leurs états financiers des deux dernières années pour pouvoir soumettre leur candidature à un appel d'offre? ([voir les exigences du dossier de référence pour la SODEC](#)) Une telle disparité pourrait créer des obstacles injustes pour les créateurs, qui, au lieu

de se concentrer sur leur art, doivent naviguer à travers un labyrinthe administratif de plus en plus complexe. Cela mérite une réflexion sur la façon de simplifier le processus tout en garantissant la transparence et la responsabilité.

Le processus bureaucratique lourd et les exigences administratives strictes (assurances coûteuses, missions d'examen, obligations contractuelles avec un distributeur, etc.) créent une barrière pour les créateurs qui souhaitent financer des projets avec des bourses modestes. Ces exigences sont souvent disproportionnées par rapport aux besoins réels de ces productions, ce qui peut décourager les créateurs de déposer des demandes pour des projets à plus petit déploiement. Pour y remédier, il serait pertinent d'alléger les exigences administratives pour les petits projets, ou de créer des voies de financement plus flexibles et simplifiées, qui s'ajustent aux moyens et à l'ambition de ces projets.

L'industrie culturelle québécoise semble en effet être de plus en plus orientée vers la gestion et l'administration, au détriment de ceux qui font réellement la création. Peut-être que l'absence de représentation des créateurs dans les instances de décision pourrait en partie expliquer cet écart. Selon une analyse menée par *Le Devoir*, 82 des 97 membres répertoriés dans les conseils d'administration d'organismes culturels sont issus de la gestion et du secteur privé, soit une vaste majorité qui oriente les décisions en fonction de logiques administratives et de rentabilité (*Baillargeon 2024*). Cette domination administrative et l'absence de créateurs au sein des CA font en sorte que les budgets sont structurés en fonction des standards de gestion au détriment des besoins de création.

3) Permettre le chômage pour les artistes

Accorder l'accès aux prestations de chômage pour les artistes représenterait une reconnaissance essentielle de la précarité structurelle de leur métier. Contrairement aux emplois traditionnels, la carrière artistique est marquée par des périodes d'inactivité inévitables, liées à la nature des projets, aux délais de production ou à la recherche de financement. Offrir cette sécurité de revenu permettrait aux artistes de traverser ces périodes sans l'angoisse de l'instabilité financière, leur donnant ainsi l'espace nécessaire pour se consacrer pleinement à leur art.

Trop souvent, les carrières artistiques restent l'apanage de ceux issus de milieux favorisés, en raison des risques financiers qu'elles impliquent. Réduire la précarité associée à la création rendrait cette profession plus accessible à des individus de toutes origines économiques, enrichissant ainsi la diversité des voix, des perspectives et des récits qui composent notre culture.

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

En plaçant les créateurs au centre de ces réformes, il devient possible d'espérer un renouvellement culturel qui profite à l'ensemble du Québec.

Un écosystème qui freine l'audace et la diversité des créations

Le système de financement par jury de pairs, bien que ancré dans une volonté de transparence, peut nuire à l'émergence d'œuvres véritablement originales et audacieuses. Les jurys, constitués de professionnels de l'industrie, peuvent involontairement privilégier des projets conformes aux attentes et aux codes actuels, au détriment d'œuvres qui repoussent les frontières de la création audiovisuelle. Or, une création audacieuse, qui s'écarte des normes établies, est essentielle pour assurer une diversité de contenus culturels représentatifs des multiples réalités québécoises.

Dans un contexte où les audiences se fragmentent en niches de plus en plus spécialisées — des amateurs de films de genre aux auditeurs de podcasts filmés —, les créateurs individuels sont idéalement positionnés pour connecter avec ces groupes spécifiques. En effet, ce sont souvent les créateurs eux-mêmes qui perçoivent et capturent les nuances culturelles propres à chaque niche. Cependant, le modèle de financement actuel, qui tend à privilégier des œuvres consensuelles, fait obstacle à cette connexion entre créateurs et niches. Cette tendance à la standardisation étouffe les propositions audacieuses et contribue à une production d'œuvres « beiges », qui visent à plaire à un large public sans prendre de risques esthétiques ou narratifs.

Un parcours de financement long et aliénant

La lenteur et la rigidité du parcours de financement pour les projets audiovisuels au Québec constituent un autre frein majeur à la diversité et à la qualité des productions. Actuellement, la

majorité des artistes doivent soumettre leur projet plusieurs fois avant d'obtenir un financement, un processus qui prend plusieurs années uniquement pour obtenir des fonds à l'écriture. Cette lenteur conduit les créateurs à adapter et remanier constamment leur vision initiale pour satisfaire aux critères et tendances du moment, ce qui dilue inévitablement l'impact et l'authenticité de l'œuvre finale. Ce processus peut même entraîner un décalage avec l'expérience collective et les préoccupations sociétales du moment. Un projet de film qui prend entre cinq et sept ans pour voir le jour risque de devenir obsolète au moment de sa sortie, tant le contexte et les intérêts culturels évoluent rapidement.

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

1) Instaurer des bourses pour les créateurs de contenu en ligne

Avec l'évolution des habitudes de consommation, des plateformes comme YouTube, Instagram, et TikTok jouent un rôle de plus en plus important dans la culture populaire et le développement des talents. Pour soutenir la diversité des contenus audiovisuels et aider les créateurs à émerger dans ces nouveaux médias, il serait judicieux d'instaurer des micro-bourses spécialement dédiées aux créateurs de contenu pour le web. De tel bourses existent en France (voir les [Fonds d'aide aux créateurs vidéo sur Internet du CNC](#))

2) Intermittent du spectacle

Le statut d'intermittent du spectacle est un régime spécifique de sécurité sociale en France qui s'adresse aux professionnels du secteur artistique et audiovisuel (acteurs, techniciens, réalisateurs, etc.). Ce régime a été conçu pour prendre en compte la nature imprévisible et discontinue du travail dans ces domaines. Les intermittents travaillent souvent par projets, ce qui les place régulièrement dans des périodes d'inactivité entre deux contrats.

AMÉLIORER LA PROMOTION DES CONTENUS À TRAVERS TOUTES LES ÉTAPES DE PRODUCTION ET DIFFUSION, TANT DANS LES ESPACES TANT TRADITIONNELS QUE NUMÉRIQUES :

a. À court terme, quelles sont les trois actions que le Québec devrait prioriser pour atteindre cet objectif?

1) Redéfinir le rôle du distributeur comme un partenaire créatif

Dans un modèle de distribution traditionnel, les distributeurs appliquent souvent des recettes standards pour amener une œuvre vers le public, avec un marketing homogénéisé qui peut manquer de résonance avec l'identité unique de chaque projet. Envisager les créateurs comme les meilleurs agents de distribution de leurs propres œuvres pourrait transformer cette phase cruciale en une véritable extension de l'acte créatif. En comprenant l'essence de leur œuvre mieux que quiconque, les créateurs sont bien placés pour imaginer une mise en marché audacieuse, qui reflète le style, le ton et les spécificités de chaque film ou contenu numérique. Il faut comprendre que distribuer un film c'est créer une communauté.

Plutôt que de rester dans une logique de reproduction des mêmes modèles, les distributeurs pourraient évoluer pour devenir des partenaires créatifs aux côtés des réalisateurs, en offrant leur expertise tout en respectant et en intégrant la vision des créateurs. Cela pourrait inclure un travail en amont pour adapter les stratégies de distribution au caractère unique de chaque projet, collaborer étroitement avec les créateurs pour définir des cibles spécifiques, et co-crée des campagnes de promotion en accord avec l'identité de l'œuvre.

La distribution devient alors un prolongement naturel de l'univers artistique, où chaque décision de mise en marché est intégrée dans la démarche créative. En donnant aux créateurs plus de responsabilités et de liberté pour concevoir des stratégies qui résonnent avec le contenu de l'œuvre, on pourrait voir naître des campagnes de diffusion plus originales, captivantes et fidèles à l'esprit des films québécois, renforçant ainsi l'impact culturel et émotionnel de chaque projet.

2) Encourager une distribution indépendante personnalisée et créative

Permettre, et même encourager, les créateurs à prendre les rênes de la distribution pourrait aboutir à des approches plus personnalisées, adaptées aux audiences de niche, qui deviennent de plus en plus fragmentées. Présentement, la majorité du financement offert par la SODEC est conditionnel à un contrat d'engagement d'un distributeur reconnu. En laissant les créateurs gérer les campagnes de promotion, ils pourraient expérimenter avec des stratégies innovantes : des diffusions en avant-première pour des communautés en ligne, des collaborations directes avec des influenceurs du même univers, ou des événements spéciaux en dehors des circuits classiques. Cela pourrait aussi impliquer l'utilisation de plateformes numériques en complément des sorties en salle, optimisant la visibilité de l'œuvre.

3) Repenser le droit d'auteur et rejeter la clause Mickey Mouse

Le droit d'auteur vient tout juste d'être prolongé à 70 ans après la mort de l'auteur, une mesure surnommée la « clause Mickey Mouse ». Ce terme fait référence à la pression exercée par de grandes entreprises cherchant à protéger leurs propriétés lucratives bien au-delà des limites initiales prévues. De nombreux penseurs critiquent cette extension, qui semble moins encourager la création culturelle que instaurer un système de rente favorisant l'exploitation commerciale prolongée des œuvres existantes. Le Québec a tout à perdre dans cette dynamique. Une partie non négligeable des films financés par l'État est aujourd'hui introuvable (Cassivi 2024) Ces œuvres sont souvent détenues par des entreprises étrangères dont le modèle d'affaires repose davantage sur l'extraction de valeur que sur la création de valeur. Le droit d'auteur est « *la plus grande machine à sous que le monde ait jamais connue.* » (Jacobs 2024) Cette situation prive non seulement le public québécois de son propre patrimoine culturel, mais elle nuit aussi à la transmission et à la préservation de notre identité collective.

De plus, dans le contexte particulier de l'audiovisuel, ce qu'on nomme "droit d'auteur" n'appartient presque jamais à l'auteur. Nos structures commerciales font en sorte que, de manière systématique, ces droits sont transférés aux compagnies de production ou aux distributeurs. Le prolongement de la durée du droit d'auteur ne profite donc pas aux créateurs eux-mêmes, mais renforce le pouvoir des entreprises sur des œuvres déjà existantes. Cela perpétue une logique qui

bloque la création de nouvelles œuvres et freine l'accès du public à un patrimoine qui devrait pourtant être partagé et accessible.

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

Nous pouvons nous inspirer de la réussite de YouTube, qui, contrairement à Netflix et Disney+, est la chaîne télévisée la plus regardée, malgré un investissement bien moindre. Cette plateforme a su mobiliser une communauté de créateurs qui génèrent un contenu authentique et engageant, favorisant ainsi un bouche-à-oreille puissant. (*The Economist 2024*)

En intégrant des techniques de promotion innovantes et en utilisant les données des utilisateurs pour cibler les audiences pertinentes, nous pourrions non seulement augmenter la visibilité de nos productions, mais également établir un lien plus fort entre les créateurs et leur public. Cela pourrait se traduire par des événements interactifs, des campagnes sur les réseaux sociaux, ou encore des collaborations avec des influenceurs pour élargir notre portée.

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

Stimuler l'exportation par le sous-titrage professionnel

Un soutien spécifique pour la traduction et le sous-titrage de haute qualité permettrait aux œuvres québécoises de franchir les barrières linguistiques et de s'imposer sur les marchés internationaux. L'octroi de bourses pour le sous-titrage et la traduction professionnelle faciliterait la distribution des œuvres à l'étranger, tout en assurant une qualité linguistique qui reflète fidèlement l'esprit et les nuances de chaque œuvre. Ce type de financement pourrait inclure une prise en charge des coûts de sous-titrage dans plusieurs langues clés (français, anglais, espagnol, mandarin) pour toucher des marchés importants. L'exemple du cinéma coréen, devenu un phénomène mondial grâce à un sous-titrage irréprochable, illustre bien l'impact de cette stratégie sur le rayonnement international d'une industrie culturelle.

CONCLUSION

En tant que créateur, je crois fermement que la culture québécoise gagne en authenticité et en force lorsque les artistes bénéficient de la liberté d'innover et de bousculer les conventions. Cette liberté, soutenue par des politiques publiques éclairées, est essentielle pour que l'art reflète les complexités, les rêves et les tensions de notre société. Mon parcours m'a appris que la vitalité de notre industrie repose sur des choix audacieux et un soutien direct aux créateurs, permettant de repousser les limites des récits et des formes artistiques.

Mon engagement est clair : contribuer activement à la création d'un écosystème audiovisuel vibrant, inclusif et en constante évolution, capable de répondre aux enjeux contemporains tout en célébrant les racines et les aspirations du Québec. Je suis convaincu que c'est à travers cette diversité d'expressions et de points de vue que notre culture pourra non seulement survivre, mais également s'épanouir pleinement sur les scènes nationales et internationales. En misant sur la collaboration et le courage artistique, nous avons le pouvoir de bâtir un patrimoine culturel qui inspire, rassemble et transcende les générations. Rien n'est nouveau ici, c'est simplement l'histoire qui se répète.

C'est au Québec, en 1958, qu'est né le Cinéma Direct. À l'époque, caméramans, réalisateurs, producteurs et preneurs de son ont misé sur leurs ressources limitées pour développer un style narratif qui résonne encore aujourd'hui à travers le monde. Ce mouvement, né d'un besoin d'authenticité et d'innovation, a démontré que la contrainte peut être une force créative, propulsant des idées audacieuses.

Inspirons-nous de cet héritage pour façonner la prochaine ère audiovisuelle, en mettant l'accent sur l'audace, l'ingéniosité et la capacité de raconter des histoires qui transcendent les frontières tout en restant profondément enracinées dans notre identité culturelle.

BIBLIOGRAPHIE

“A Record Year for Indies.” Loud and Clear, Spotify,
<https://loudandclear.byspotify.com/#takeaway-4>. Accessed 29 Nov. 2024.

Baillargeon, Stéphane. *“Les Gestionnaires de Carrière Surreprésentés Au Sein Des CA En Culture .”* Le Devoir, 26 Mar. 2024,
<https://www.ledevoir.com/culture/809693/societes-etat-pros-gestion-administration>.

Brillant, Pierre-Luc, and Isabelle Blais. *“Il Est Temps Pour Les Artistes d’obtenir Des Réponses.”* La Presse, 2 Oct. 2024.

Cassivi, Marc. *“Répertoire Des Films Disparus.”* La Presse, 26 Apr. 2024,
<https://www.lapresse.ca/cinema/chroniques/2024-04-26/repertoire-des-films-disparus.php#:~:text=%C3%80%20l'ouest%20de%20Pluton,version%20DVD%20originale%20en%20biblioth%C3%A8que>.

Gareau, Simon. *“La Fiscalité Des Œuvres d’art: Tout Ce Que Vous Devez Savoir.”* Raymond Chabot Grant Thornton, 24 Jan. 2024,
<https://www.rcgt.com/fr/conseils/avis-d-experts/la-fiscalite-des-oeuvres-dart/>.

Jacobs, Alexandra. *“‘Who Owns This Sentence?’ Increasingly, Who Knows?”* The New York Times, 21 Jan. 2024,
<https://www.nytimes.com/2024/01/21/books/review/who-owns-this-sentence-copyright-bellos-montagu.html>.

Lussier, Jérôme. *“Combattre La Discrimination En Fermant Les Yeux .”* Vaste Programme, 10 Feb. 2023,
<https://vasteprogramme.ca/2023/02/10/combattre-la-discrimination-en-fermant-les-yeux/#:~:text=En%20r%C3%A9ponse%20aux%20accusations%20de,moment%20des%20auditions%20en%20personne>.

The Economist. *“YouTube’s Do-It-Yourself Brigade Is Taking on Netflix and Disney.”* The Economist, The Economist, 26 Sept. 2024,
<https://www.economist.com/leaders/2024/09/26/youtubes-do-it-yourself-brigade-is-taking-on-netflix-and-disney>.