



Société des auteur.e.trice.s
de radio, télévision et cinéma

L'audiovisuel québécois : un trésor à chérir et à valoriser

Mémoire de la SARTEC dans le cadre du questionnaire élaboré par
le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec

Novembre 2024

À propos de la Société des auteur.e.trice.s de radio, télévision et cinéma

La **SARTEC** a pour mission de défendre les droits et intérêts économiques, artistiques et professionnels des auteur.e.trice.s de langue française au Québec et au Canada, et de promouvoir leur profession et leur rôle fondamental dans l'industrie culturelle et la société. Fondée en 1949 par les auteurs de la radio, la **SARTEC** est rapidement devenue l'association professionnelle de l'ensemble des auteurs de l'audiovisuel. Elle est reconnue comme **l'association représentant les auteurs de langue française dans le secteur du film** par la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (CRAAAP) depuis octobre 1989.

La SARTEC a également été accréditée en janvier 1996 par le Tribunal canadien des relations professionnelles artistes-producteurs comme **agent négociateur exclusif des auteurs de langue française œuvrant à la radio, à la télévision, au cinéma et dans l'audiovisuel**.

Madame la coprésidente,
Monsieur le coprésident,

Nous vous prions de trouver ci-joint le mémoire que la SARTEC soumet dans le cadre de la consultation opérée par votre groupe de travail.

La SARTEC remercie votre comité pour cette opportunité de participer à cette réflexion essentielle et attendue.

Nous tenons à rappeler en introduction que le 1^{er} février 2024, la SARTEC ainsi que quatre autres associations professionnelles ont interpellé le premier ministre, François Legault, sur la nécessité de mener une analyse approfondie du financement et du fonctionnement de nos industries culturelles pour en assurer leur survie.

La confirmation de la mise en place du GTAAQ a donc été une belle nouvelle, même s'il nous apparaît essentiel de regretter ici la composition dudit groupe de travail, les termes de son mandat, et les conditions de forme et de fond de cette consultation. La voix des artistes est en effet absente de ce dispositif, et même si ce mémoire nous offre la possibilité de nous exprimer, il nous aurait semblé important que des représentants de la communauté artistique siègent au sein même du comité qui sera chargé d'élaborer un rapport assorti de recommandations. Dans un sens, cela reflète assez bien la réalité que nous tenterons de décrire dans les prochaines pages : l'audiovisuel québécois tarde à reconnaître le rôle vital des artistes dans son fonctionnement et son rayonnement.

Cela étant dit, et dans un souci de contribuer pleinement à vos travaux, la SARTEC, malgré des délais très courts, a décidé de consulter ses membres¹ en les invitant à se prononcer sur une série de questions dont les réponses ont alimenté le contenu du mémoire présenté aujourd'hui.

Nous vous remercions de votre écoute et espérons vivement que les attentes exprimées par les artistes et leurs représentants trouveront, dans votre rapport du printemps prochain, une place de choix.

Chantal Cadieux

Présidente de la SARTEC



¹ Consultation réalisée du 24 octobre au 3 novembre 2024 auprès des membres de la SARTEC. 98 répondants.

Sommaire exécutif

L'audiovisuel québécois – un trésor à chérir et valoriser

Un trésor — Tous les ingrédients du succès semblent réunis dans notre secteur : des artistes talentueux, des histoires passionnantes à raconter, des producteurs engagés, un gouvernement qui démontre son soutien et un public qui, malgré la concurrence, en télévision comme au cinéma, est au rendez-vous !

À chérir et valoriser — Au travers de ce mémoire, nous démontrerons la nécessité de faire évoluer notre modèle actuel qui, à plusieurs niveaux, craque sous la pression.

Pression exercée par le manque de moyens, par le manque de temps. Pression exacerbée par la concurrence puissante des nouveaux modes de consommation de l'audiovisuel. Pression accentuée par une concentration des pouvoirs entre les mains de quelques acteurs décisionnaires.

Pression exercée par la peur de l'avenir.

Néanmoins, il est temps de se rappeler qu'à notre tour, nous pouvons exercer une pression sur l'avenir, en ayant l'audace de remettre à plat certains de nos fonctionnements, certaines de nos croyances, et engager une refonte en profondeur du modèle pour garantir :

- Plus d'équité pour toutes et tous ;
- De meilleures conditions socio-économiques pour les artistes ;
- Une répartition plus juste des pouvoirs ;
- Une plus grande attention envers les scénaristes qui sont les premiers générateurs de projets ;
- Une meilleure circulation de l'argent selon des normes et des ententes à respecter ;
- Plus de diversité et de qualité pour nos contenus ;
- Plus de place pour des projets signatures audacieux ;
- Une meilleure découvrabilité des contenus originaux québécois dans l'univers numérique.

Nous souhaitons que le gouvernement s'engage, avec tous les partenaires du milieu, dans une stratégie ambitieuse et concrète de croissance et de valorisation afin de présenter une véritable image de marque de l'audiovisuel québécois, capable de trouver sa place sans complexes dans un marché mondialisé.

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

1.1 Une industrie comme les autres où le véritable pouvoir est l'argent !

Ce premier constat est peut-être celui duquel découleront bon nombre de nos recommandations et remarques dans les pages à venir.

Malgré notre maxime qui affirme que « sans les scénaristes, la page reste blanche, et les écrans restent noirs », nos membres évoluent au sein d'une industrie qui ne semble pas les considérer réellement à leur juste valeur. Une industrie où l'argent représente le véritable pouvoir, bien avant la création. Une industrie où ce pouvoir se concentre de plus en plus aux mains de quelques joueurs et décideurs.

Pour le cinéma, 64 % de nos membres considèrent que le pouvoir est entre les mains des bailleurs de fonds (la SODEC et Téléfilm Canada en tête), contre 19 % pour les distributeurs, 14 % pour les producteurs et 3 % pour les créateur.trice.s. **Pour la télévision**, 80 % de nos membres estiment que les diffuseurs tiennent le gros bout du bâton, devant 9,5 % pour les producteurs, 9,5 % pour les bailleurs de fonds et 1 % pour les créateur.trice.s.

Nos membres sonnent l'alarme sur les risques associés à une trop grande concentration des pouvoirs au sein des décideurs. En cinéma, une poignée de personnes, par leurs décisions et orientations, façonnent ce qui sera proposé sur nos grands écrans. En télévision, le problème se pose également avec des diffuseurs de plus en plus impliqués dans le contenu, et qui vont parfois jusqu'à commander un contenu spécifique à un producteur qui, lui-même, va en faire une commande à un.e auteur.e.trice. Cela représente le risque important de laisser moins de place (et de financement) pour des projets originaux non-sollicités.

De plus, nos membres notent une volonté des diffuseurs d'intervenir toujours davantage dans le travail des créateur.trice.s, et même celui des producteurs. Droit de regard sur l'entièreté du casting, demandes de modification sur les dialogues, sur les lieux de tournage... Cette ingérence ne favorise en rien les échanges, la créativité, l'émergence de nouveaux talents ou l'audace. Les diffuseurs sont tout-puissants et bien rares sont ceux qui oseront les contredire.

Enfin, il faut également ajouter que de récents rapprochements entre diffuseurs et maisons de production inquiètent au plus haut point les artistes, car ce phénomène renforce la concentration de pouvoirs dénoncée ici.

Notre industrie repose sur des jeux de pouvoir déséquilibrés qui ouvrent la porte à bien des abus et des dérives.

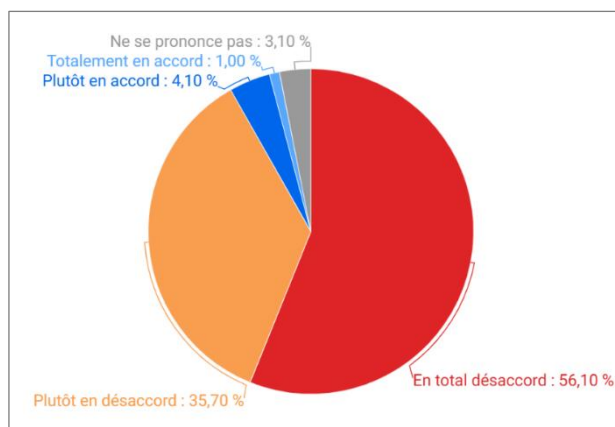
Recommandation #1 : Étudier des pistes de règlements visant à encadrer rigoureusement et spécifiquement le financement public des projets déposés par des producteurs en partie détenus par des diffuseurs, afin de garantir l'absence d'ingérence de ces derniers sur les projets financés.

1.2 Des conditions de travail qui se dégradent

Nous sommes un syndicat professionnel, reconnu et accrédité. À ce titre, vous le comprendrez, il nous est impossible de répondre à cette consultation sans l'aborder sous l'angle des conditions socio-économiques de nos artistes.

Favoriser la créativité et l'émergence des meilleurs talents implique que les conditions de travail de ceux-ci soient propices à l'atteinte de cet objectif. Comme le montre ce graphique issu de notre consultation récente, 91,8 % des membres ne sont pas prêts à dire que leurs conditions de travail se sont améliorées.

« Les conditions de travail des créateur.trice.s s'améliorent ces dernières années. »



Négocier des ententes collectives prend du temps et coûte cher aux associations

comme la nôtre, dont les moyens financiers et humains sont souvent modestes. Quand une négociation s'étale sur plusieurs mois ou années, cela a comme conséquence que les minimums salariaux n'évoluent pas aussi rapidement que le coût de la vie, ce qui revient donc à parler d'appauvrissement pour les travailleur.euse.s, tout particulièrement ces dernières années.

Les associations professionnelles d'artistes du secteur de l'audiovisuel ne sont pas soutenues financièrement dans leur mission. Leurs revenus proviennent exclusivement des cotisations de leurs membres. Cela limite leurs capacités d'action pour négocier, représenter, accompagner mais aussi pour porter des projets de valorisation ou de reconnaissance tels que des galas, des congrès ou des remises de prix. Il existe d'ailleurs sur ce sujet un double standard, puisque les associations de producteurs bénéficient de programmes spécifiques orchestrés par la SODEC ou le ministère de la Culture et des Communications, qui peuvent représenter des sommes confortables pour mener des projets de qualité. Nos associations d'artistes, elles, figurent dans la longue liste des organismes à but non lucratif que le CALQ accompagne supposément et ne reçoivent que très occasionnellement une aide financière.

Recommandation #2 : Qu'une enveloppe spécifique pour le soutien aux associations professionnelles de l'audiovisuel soit créée et administrée par le CALQ ou le ministère de la Culture et des Communications.

Aussi, la *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, du cinéma, du disque, de la littérature, des métiers d'art et de la scène* (S32.1) contient quelques faiblesses exploitées

par certains producteurs, notamment ceux qui ne sont pas membres d'une association professionnelle et qui œuvrent « à leur manière » en attendant que les syndicats trouvent le temps et les moyens de les contraindre à négocier. Cela a pour conséquence que certains artistes, particulièrement en cinéma, signent des contrats en dehors du cadre négocié dans le secteur d'activité. Leurs cachets sont souvent moindres, ils sont privés de leur filet social (fonds de retraite et assurances collectives), privés de conseils et de recours juridiques, et certains contrats sont des cessions de droits alors que l'usage dans le milieu est d'octroyer une licence de production.

Quand il s'agit d'argent public, nous considérons que celui-ci doit être utilisé dans le respect des conditions de travail négociées soigneusement par les représentants des deux parties. Dans de nombreuses autres industries, ce serait une évidence de s'être assuré, préalablement à l'acceptation d'un financement public, que le bénéficiaire s'engage à respecter les normes en vigueur. Il est indispensable que l'industrie de l'audiovisuel applique dès maintenant ce principe et cesse de financer les producteurs mercenaires qui agissent en dehors de tout cadre respectueux.

Recommandation #3 : Que la SODEC ajoute un critère d'éligibilité à ses lignes directrices qui garantisse que l'octroi de financement public soit conditionnel au respect par le producteur de conditions minimales négociées avec les syndicats.

Cette mesure a le grand intérêt de ne rien coûter à la SODEC et elle permettra de préserver l'écosystème fragile du milieu. Il n'y a d'ailleurs rien de nouveau dans cette proposition, puisque le Fonds d'investissement de la culture et des communications – FICC, dont le gouvernement du Québec, via la SODEC, est l'un des commanditaires principaux, applique ce principe depuis sa création en 1995. Les sociétés qui reçoivent un financement du FICC s'engagent à respecter les ententes négociées par les syndicats.

Évidemment, notre association est bien consciente des différentes réalités entre des films à gros budget et des films artisanaux. La *Loi S32.1* prévoit d'ailleurs à l'article 27 de « prendre en considération l'objectif de faciliter l'intégration des artistes de la relève ainsi que les conditions économiques particulières qui caractérisent les producteurs émergents et les divers types de production ». Notre proposition consiste donc à ce que les producteurs frappent à notre porte avant de déposer une demande de financement, pour qu'une négociation puisse se faire en tenant compte des éléments cités précédemment. Trois options s'ouvriront pour le producteur : négocier sa propre entente avec la SARTEC, adhérer à une entente déjà négociée ou, enfin, formuler une demande de dérogation qui sera étudiée par le conseil d'administration.

Recommandation #4 : Pour assurer l'application des ententes collectives à l'égard de tous les producteurs, que la *Loi S32.1* prévoie, comme elle le fait pour les associations d'artistes, la nécessité de reconnaissance par le tribunal d'une association de producteurs par secteur d'activités.

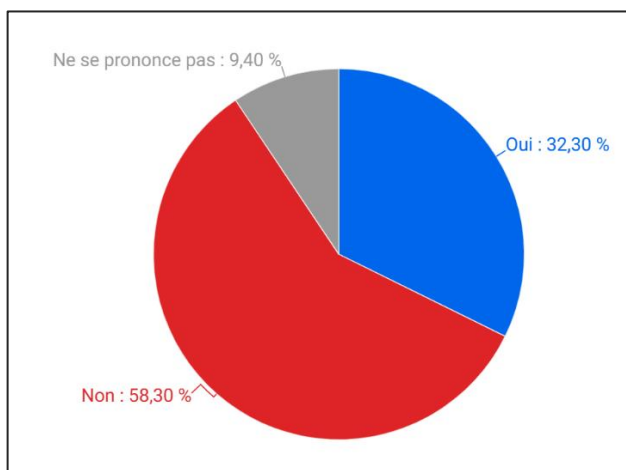
Cela permettrait d'assurer des conditions minimales pour l'ensemble des scénaristes, d'empêcher les stratégies mises de l'avant par certains producteurs pour éviter l'application à leur projet des ententes négociées, et concentrerait et optimiserait les ressources des syndicats et associations, le fruit de leur négociation ayant une portée d'application générale.

De plus, nous avons noté ces dernières années une augmentation considérable des coproductions dans la liste des films soutenus par la SODEC et Téléfilm Canada. Dans la grande majorité de ces cas, la chaîne de titre est à l'étranger et les scénaristes échappent alors à la protection de la SARTEC, même si parfois ces films seront écrits par un.e auteur.e.trice du Québec et qu'une partie du film sera tournée sur notre territoire.

Nous pensons que la SODEC devrait être vigilante sur ce point dans ses analyses. Cette situation devient même encore plus inacceptable dans le cas où le coproducteur québécois est majoritaire.

1.3 La relève : ça se prépare

Pensez-vous que l'industrie audiovisuelle québécoise est un environnement propice à l'émergence des talents ?



Dans le contexte actuel de financement et d'urgence constante des productions, il demeure difficile de permettre à une relève de qualité d'émerger et de trouver sa place. Quel producteur sera assez patient pour accepter qu'un.e scénariste moins expérimenté.e puisse avoir besoin d'un peu plus de temps pour livrer ses différentes étapes d'écriture ? Quel diffuseur acceptera de confier un projet à un.e inconnu.e, malgré son talent ?

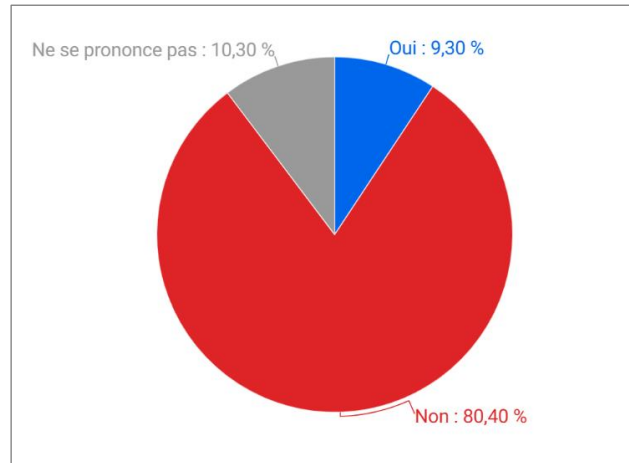
Les membres de la SARTEC expriment en grand nombre une piste qui permettrait de pallier cette fragilité.

Recommandation #5 : Financer des projets portés par des équipes d'auteur.e.trice.s (« pools ») à l'intérieur desquelles une démarche de type mentorat/accompagnement pourrait permettre d'inclure des membres moins expérimentés tout en assurant une relève et en diversifiant les voix entendues.

1.4 La créativité ou l'argent ?

Selon vous, le milieu de l'audiovisuel québécois favorise-t-il la créativité et l'innovation ?

Comme le démontre ce graphique, les membres de la SARTEC sont en grande majorité assez critiques quant à la place accordée à la créativité et l'innovation au sein de l'industrie.

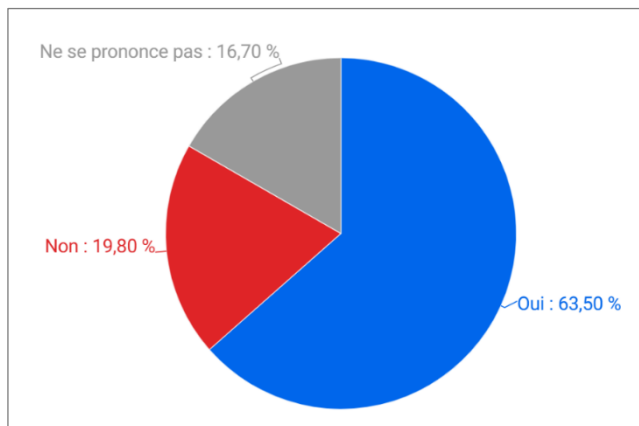


Manque d'audace, concentration des pouvoirs, répétition de « recettes » qui fonctionnent, les scénaristes estiment que, trop souvent, lorsqu'il faut arbitrer entre la créativité et l'argent, l'argent l'emporte en cinéma comme en télévision !

Les membres de la SARTEC ont tenu aussi à évoquer certaines difficultés relatives aux sociétés d'État du secteur culturel, la SODEC et le CALQ, tout en reconnaissant le travail fondamental de celles-ci.

Pensez-vous que le CALQ devrait revoir sa définition de l'audiovisuel pour y intégrer les œuvres destinées à la télévision et aux plateformes ?

Du côté du CALQ, le métier de scénariste semble mal compris et peu reconnu. Plusieurs membres ont évoqué des difficultés à se faire admettre comme client du conseil étant donné la définition actuelle de l'audiovisuel qui exclut, de facto, certains formats, comme les séries télé.

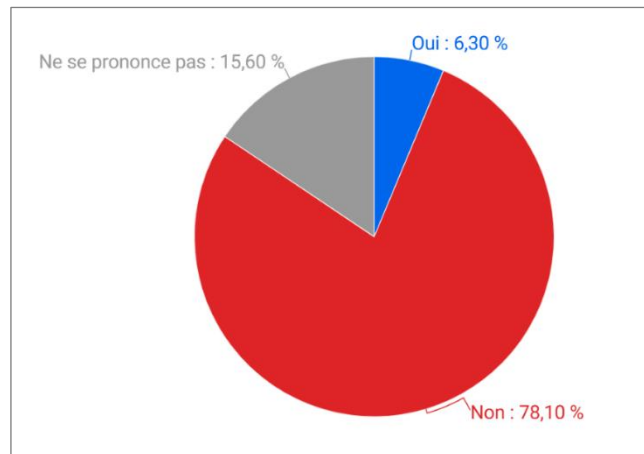


Même si nous pouvons comprendre la volonté du CALQ d'accompagner en priorité les auteur.e.trice.s en cinéma autoproduit ou produit dans un contexte artisanal, il nous paraît important que l'expérience d'un scénariste œuvrant sur des projets de fiction ou de documentaire puisse être reconnue. Cela crée une situation anormale où des artistes,

reconnus comme tels par la *Loi S32.1*, ne peuvent obtenir une reconnaissance de la part de la société d'État chargée de les soutenir !

Recommandation #6 : Que le CALQ fasse évoluer la définition d'audiovisuel dans ses lignes directrices et critères d'admissibilité pour y inclure tout projet de fiction, quel que soit son format ou sa destination.

Pensez-vous qu'il existe aujourd'hui suffisamment de programmes de financement accessibles directement aux scénaristes pour stimuler la création ?



Du côté de la SODEC, dans une volonté de favoriser l'émergence de nouvelles voix et d'offrir une plus grande place à la créativité, il nous apparaît nécessaire d'ouvrir une ligne plus directe aux scénaristes, qui sont les premiers générateurs de créativité avant même que n'opère le filtre de la « faisabilité » d'un projet.

Les programmes réservés aux scénaristes ont tous été supprimés progressivement dans les dernières années. Ces programmes permettaient de développer des voix singulières, de la relève notamment, ainsi que des projets plus audacieux, et ce, avant même d'approcher des producteurs. Ces programmes créent de nouveaux partenariats d'affaire entre auteur.e.trice.s et producteurs. Ils assurent un écosystème culturel plus diversifié, plus ouvert, plus égalitaire, moins unidimensionnel. C'est à cette condition que, selon nous, les jurys pourront accéder à une plus grande diversité de projets.

Recommandation #7 : Rendre accessibles certains programmes de la SODEC exclusivement aux scénaristes en phase de pré-développement ou de développement afin de favoriser la circulation d'un plus grand nombre d'idées.

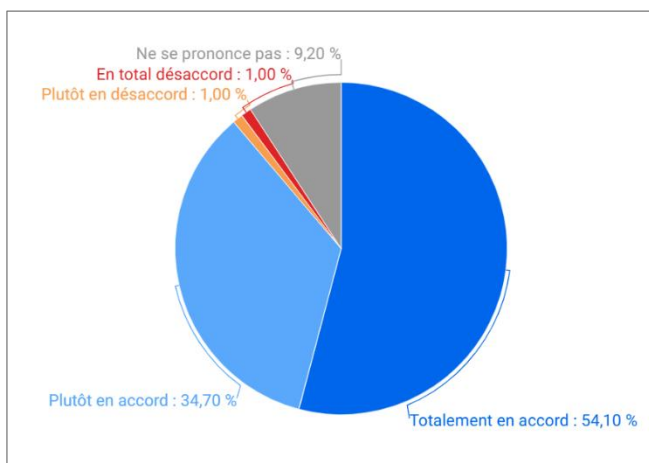
Question 2 – Soutenir la production de contenus variés de qualité

2.1 Les limites du modèle québécois

Un autre aspect des conditions de travail qui se dégradent est relatif à la pression exercée sur les auteur.e.trice.s. Celle-ci semble s'accroître année après année pour faire toujours plus, avec toujours moins de moyens. Le tout, au détriment de la qualité de l'histoire, de l'œuvre, mais aussi au détriment de la santé de nos membres. Pression sur les délais, réécritures infinies, ingérence sur le contenu créatif.

Même si nous sommes fiers de parvenir à accomplir beaucoup avec peu, la tendance qui semble s'installer pourrait nous priver des meilleurs talents qui privilégieront des environnements de travail moins nocifs.

**« La pression
« de performance » exercée auprès
des scénaristes s'intensifie ces
dernières années. »**



Dans le rapport 2023 de l'Association canadienne des producteurs médiatiques (Canadian Media Producers Association – CMPA), il est rappelé qu'en télévision, des écarts de budgets significatifs existent entre les productions anglophones et francophones, comme le montre le tableau qui suit.

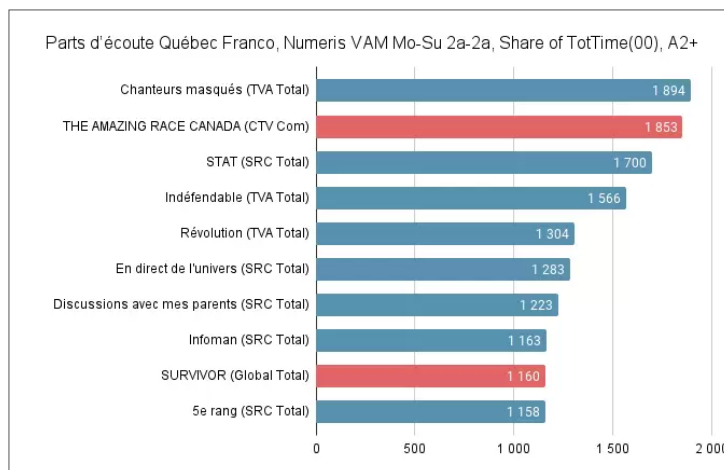
Budget moyen en milliers de \$ par heure en 2022-2023

Fiction			
Anglophones	1 492	Francophones	784
Jeunesse			
Anglophones	1 552	Francophones	435
Documentaire			
Anglophones	411	Francophones	230

Ces écarts considérables ne sont pas acceptables. Cela se traduit par une obligation de produire dans des conditions minimales qui génère la pression évoquée précédemment. De plus, il serait naïf de croire que cela n'a pas de répercussion sur la qualité du contenu, car

même si les artistes et artisans sont capables de réaliser des « petits miracles », ce manque de moyens finit par se voir à l'écran et souffrir de la comparaison avec d'autres productions étrangères.

Ces chiffres sont d'autant plus difficiles à accepter que les contenus francophones plaisent au public. Selon Numeris, à l'automne 2023, parmi les dix émissions de télévision les plus regardées au Canada, huit proviennent du Québec !



Recommandation #8 : Reconnaître que le modèle québécois actuel, excellent dans son rapport qualité/prix, demeure basé sur un sous-financement chronique en comparaison au contenu anglophone. Admettre que ce modèle freine la production de contenus plus audacieux et ambitieux et peut même affecter la qualité perçue à l'écran.

2.2 Sommes-nous prêts à plus d'audace ?

On entend et lit beaucoup de choses sur la télévision linéaire. On annonce régulièrement sa mort imminente, la déportation massive de l'auditoire vers les plateformes, et, pourtant, du côté des diffuseurs, on continue à être obsédé par les audiences « en direct » qui semblent encore, trop souvent, avoir droit de vie ou de mort sur un projet.

Pourtant, la télévision québécoise résiste bien, et même bien mieux que celle des provinces anglophones.

« Évidemment, il y a eu une baisse d'audience dans les dernières années en télévision. Mais l'érosion des revenus publicitaires en télévision a été beaucoup plus importante que l'érosion du nombre de téléspectateurs », déclarait Catherine Malo, vice-présidente au développement des affaires et au marketing chez Numeris dans un article paru dans *Le Devoir* le 28 août 2023. Il est légitime de se demander si cette peur panique de voir disparaître les revenus publicitaires n'a pas comme effet de tétaniser les décideurs qui, de fait, deviennent frileux à des contenus moins convenus.

Là encore, nous tenons à rappeler notre recommandation #1 (page 3) car la concentration des pouvoirs ne fera qu'amplifier cette tendance.

2.3 Intelligence artificielle, une responsabilité collective

Difficile de passer sous silence l'impact de l'intelligence artificielle générative et de son développement tant le risque est important pour les auteur.e.trice.s.

Bien que l'encadrement législatif de cette pratique relève essentiellement du gouvernement fédéral, et notamment de la *Loi sur le droit d'auteur*, nous croyons essentiel que tous les partenaires du secteur au Québec puissent s'entendre rapidement, à titre préventif, sur des bonnes pratiques à adopter pour protéger nos talents, certes, mais aussi pour protéger la diversité des expressions et l'originalité des contenus.

Veut-on prendre le risque que, dans un souci d'économie, les bases des histoires qui seront racontées demain sur nos écrans soient générées par Chat GPT et ses amis ? Veut-on prendre le risque de faire de nos scénaristes des correcteurs et « améliorateurs » de morceaux de contenus émanant d'une IA ? N'y a-t-il pas lieu de s'inquiéter sur les risques juridiques de ces pratiques potentielles ?

Jour après jour, les outils de l'IA générative s'améliorent. Nous défendons que, quelle que soit leur puissance à venir, ces logiciels doivent servir à faciliter le travail des auteur.e.trice.s, et non permettre aux producteurs de les remplacer, même en partie.

Aux États-Unis, la Writers Guild of America, après sa grève spectaculaire de 2023, a obtenu des studios et des producteurs un certain nombre d'engagements visant à protéger le travail de leurs membres et leurs rémunérations.

Comment pouvons-nous procéder au Québec pour agir tant qu'il est encore temps ?

Recommandation #9 – Que le gouvernement du Québec, par la voix de la SODEC, établisse un code d'éthique pour l'utilisation de l'IA générative dans les industries culturelles, assorti de lignes directrices claires visant notamment à faire en sorte que :

- **Aucun projet scénarisé par IA ne puisse être admissible au financement public ;**
- **Aucun contenu généré par IA ne puisse être admis comme œuvre littéraire préexistante ;**
- **Dans le cas d'un contenu généré par IA et remis à un.e scénariste dans le but d'une « réécriture », il soit reconnu que le titulaire de droit demeure l'auteur.e.trice et en aucun cas le producteur ;**
- **Tout travail de « prompting » (amorçage) soit attribué à un.e auteur.e.trice professionnel.le ;**
- **La transparence soit de mise et que les parties impliquées s'informent mutuellement de l'éventuelle utilisation de certains outils.**

Question 3 – Accroître la production de contenus jeunesse

3.1 Le contenu

Sur cet enjeu, nos membres partagent l'idée qu'une attention particulière doit être accordée au contenu jeunesse québécois. Beaucoup estiment que notre approche est trop édulcorée et que, dans ce volet également, les diffuseurs manquent d'audace et peut-être même d'intérêt.

Le sous-financement du contenu pour enfant (3 à 11 ans) est tout simplement inacceptable et démontre un manque de volonté de produire du contenu de qualité pour cette tranche d'âge. Dans le tableau de la page 9, qui compare les budgets moyens des productions anglophones et francophones au Canada, le résultat est saisissant et parle de lui-même : une heure de télévision jeunesse coûte 72 % moins cher en français qu'en anglais ! Inutile d'espérer offrir à ce prix-là un contenu captivant et de qualité constante.

Quant à la tranche d'âge des adolescents (12 à 18 ans), il ne semble pas y avoir de réelle volonté des diffuseurs ni de l'industrie d'appuyer le développement de contenus qui leur soient destinés, comme si « la partie était perdue d'avance ». Le débranchement de VRAK TV a marqué, selon nos membres, un tournant fatal pour ce public.

Un autre enjeu essentiel pour le contenu jeunesse est sa découvrabilité par un public sursollicité par des contenus venus d'ailleurs.

L'enjeu est de taille puisqu'il pose la question du socle commun de notre culture. Chaque génération d'individus s'identifie à des programmes audiovisuels communs, des références partagées, une culture commune. Bâtir ce lien entre des jeunes et leur culture locale devrait se faire dès le plus jeune âge, dans le contexte scolaire. Nous estimons qu'une éducation à l'audiovisuel serait nécessaire pour apprendre aux élèves à apprécier et comprendre les émissions et films du Québec, l'importance de raconter nos histoires. Projections, débats, rencontres d'artistes seraient autant d'occasions de valoriser nos œuvres locales et de créer ce lien, cette habitude, et contribuer à éviter une fuite interminable du jeune public vers des contenus d'ailleurs.

Recommandation #10 : Que des programmes spécifiques et des budgets dédiés au contenu jeunesse et adolescent soient créés et accessibles aux créateur.trice.s.

Recommandation #11 : Que le ministère de la Culture et des Communications lance des états généraux du contenu audiovisuel québécois pour la jeunesse pour élaborer un plan d'action concerté et ambitieux.

Recommandation #12 : Que le ministère de l'Éducation et le ministère de la Culture et des Communications collaborent pour promouvoir une éducation à l'audiovisuel dans les écoles du Québec.

3.2 Un passeport culturel : goûter pour apprécier

Dans notre volonté de favoriser la découvrabilité des contenus auprès des jeunes, et de valoriser les contenus québécois francophones, le modèle du « Pass Culture » mis en place en France pour les 15-20 ans est inspirant.

Il s'agit d'un crédit rendu disponible par l'État pour chaque jeune, selon son âge, qui lui permet d'avoir accès à du contenu culturel de son choix (cinéma, musique, livres, musées, spectacles, etc.). 20 euros l'année de ses 15 ans, 30 euros pour ses 16 et 17 ans, puis un crédit de 300 euros valable pendant deux ans entre ses 18 ans et 20 ans.

En France, en 2023, 84 % des jeunes se sont inscrits au dispositif et ont eu accès gratuitement à un monde de culture.

Recommandation #13 : Que soit étudiée la mise en place d'un dispositif de type « passe culture québécoise » qui offrirait à chaque adolescent un crédit à dépenser exclusivement en culture québécoise.

Questions 4, 5 et 6 – Diffusion, exploitation, promotion, exportation, rayonnement

4.1 L’audiovisuel québécois, une signature à valoriser

L’audiovisuel connaît peu de frontières réelles aujourd’hui. Le gros succès de demain, long métrage comme série ou film d’animation, ou encore documentaire, peut venir de n’importe où dans le monde et connaître un engouement planétaire. Il suffit de penser à la série espagnole *La casa de papel*, la série coréenne *Squid games*, ou encore *Parasite*, le long métrage coréen qui a remporté en 2020 plusieurs Oscars dont celui du meilleur film.

La Corée du Sud est d’ailleurs un exemple intéressant à étudier car les succès évoqués précédemment, tout comme la récente adaptation du livre *Pachinko*, ne sont pas le fruit du hasard. Le succès des séries et du cinéma sud-coréens relève d’une véritable volonté gouvernementale, en partenariat avec le privé. Cette stratégie de croissance et d’influence des industries culturelles médiatiques (cela concerne également la musique avec la K-pop) consiste à intégrer des éléments culturels nationaux et internationaux significatifs dans des productions lourdes qui deviennent des éléments d’image de marque, de signature nationale.

Au-delà de ces productions à succès, cette stratégie de diplomatie culturelle attire l’attention sur l’industrie médiatique sud-coréenne et suscite une curiosité du grand public vers d’autres contenus moins populaires et plus novateurs.

Le Québec pourrait s’inspirer de cette démarche car nous disposons de tous les atouts pour y parvenir : une histoire forte, une culture significative, des talents reconnus et également un intérêt important et une sympathie réelle du monde francophone pour notre culture.

Le succès récent et l’enthousiasme général autour de *Vampire humaniste cherche suicidaire consentant* d’Ariane Louis-Seize, coscénarisé par Christine Doyon, en est une preuve tangible et devrait nous encourager à travailler dans cette direction.

Recommandation #14 : Que soit élaborée une véritable stratégie public-privé visant à faire de l’audiovisuel un vecteur de la culture québécoise. Investir de manière concertée dans un plan d’action ambitieux pour propulser un contenu québécois ciblé et en faire un fer de lance de toute notre industrie.

4.2 Découvrabilité des contenus québécois en ligne

La SARTEC, en collaboration avec d'autres associations professionnelles québécoises, a déposé un mémoire auprès du ministère de la Culture et des Communications en juillet 2024 dans le cadre des travaux du comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels. Nous y exprimons nos craintes autour de cet enjeu vital pour nos artistes, et plus largement pour notre secteur.

En effet, le rôle que jouent les plateformes étrangères dans notre écosystème soulève des inquiétudes et il est très difficile pour nos contenus originaux d'y trouver une place et de la visibilité. Nous sommes favorables à l'imposition de quotas de contenus francophones et de contenus québécois sur les plateformes œuvrant dans la province. Dans cette stratégie de quotas, il nous paraît important de valoriser les œuvres que le CRTC qualifie « d'émissions d'intérêt national » (dramatiques, documentaires, variétés et arts de la scène) car elles sont les plus susceptibles de véhiculer notre identité, notre langue et nos valeurs.

De plus, rendre disponible du contenu sur une plateforme est une chose, en assurer sa visibilité en est une autre. Sur ce point, nous recommandons d'imposer aux plateformes un objectif chiffré de recommandations de contenus québécois aux consommateurs québécois. En ce sens, une étude de Harvard Business School a déterminé que les spectateurs ne prennent que 60 à 90 secondes avant de choisir une émission ou un film à regarder², d'où l'importance cruciale que les œuvres québécoises soient présentées dès la page d'accueil.

Recommandation #15 : Qu'un nouveau cadre législatif soit mis en place au Québec, en tenant compte du cadre fédéral en vigueur, pour assurer une meilleure découvrabilité des contenus originaux québécois sur les plateformes en ligne.

En ce qui concerne les téléviseurs connectés, les applications des principales plateformes de diffusion (Netflix, Amazon Prime, Disney +, Apple TV) sont disponibles de manière native à l'achat du téléviseur, sans effort de téléchargement de la part du consommateur. Nous pensons que les téléviseurs connectés vendus au Québec devraient avoir l'obligation d'intégrer également les applications des principales plateformes québécoises par souci d'équité dans la découvrabilité.

4.3 Fêter le cinéma en grand, comme il se doit

Toute action qui peut être entreprise pour inciter le public à fréquenter plus régulièrement les salles de cinéma doit être considérée.

Un cinéma est un lieu culturel essentiel. Nous, spectateur.trice.s, partageons, le temps d'un visionnement, une expérience collective unique. Au-delà du format de l'écran ou des

² Daniel Quiroga – “Netflix knows what you like”, Harvard Business school, octobre 2022

dispositifs technologiques, la salle de cinéma est un lieu d'émotions partagées et d'histoires qui nous connectent et qui offrent un éclairage sur ce que nous sommes, qui nous sommes.

La France a créé en 1985 la « Fête du cinéma », qui permet, pendant 4 jours au début de l'été (quelques jours après la « Fête de la musique »), de bénéficier d'un tarif unique de 5 euros pour toutes les séances. En 2024, c'est 4,6 millions de places vendues en 4 jours, soit un peu plus du double de la moyenne hebdomadaire habituelle de fréquentation des salles. Cette action « commerciale » est accompagnée d'une campagne publicitaire et de communication qui valorise le cinéma. À noter que de nombreuses salles profitent aussi de cet événement pour reprogrammer certains films de l'année et offrir une seconde chance au public de les voir sur grand écran.

L'exemple en littérature de la journée du « 12 août, j'achète un livre québécois » démontre, par son succès, l'importance de ces événements nationaux. En effet, grâce à cette action, les libraires réalisent en plein milieu de l'été des ventes comparables à celles du temps des fêtes et constatent un afflux de nouveaux lecteurs dans leurs commerces.

Recommandation #16 : Que le ministère de la Culture et des Communications, en collaboration avec l'industrie, initie la mise en place d'un événement annuel qui célèbre le cinéma québécois et incite le public à fréquenter les salles. Cet événement devrait être accompagné d'une campagne nationale sur le rôle essentiel du cinéma.