



Créatures microscopiques



La préhistoire du Québec



Dehors, l'école!

MÉMOIRE

Présenté au Groupe de travail sur l'avenir
de l'audiovisuel au Québec

19 novembre 2024





Préambule - La différence Savoir média

À la fois producteur et diffuseur, Savoir média occupe une place unique dans le paysage médiatique québécois. Organisme à but non lucratif, Savoir média est financé principalement par le ministère de l'Enseignement supérieur, qui soutient sa mission de transmission de la connaissance, ainsi que par des revenus issus de partenariats institutionnels. Sa plateforme web, son application et sa chaîne télé offrent un accès à des productions originales qui donnent la parole à des expert·e·s québécois·es reconnu·e·s, que ce soit sous la forme de documentaires, de magazines ou de capsules.

Savoir média célèbre son 5^e anniversaire cette année et propose une programmation sans publicités et maintenant 100 % québécoise. Une centaine d'heures de contenus s'ajoutent annuellement à la grille, avec environ 20 nouvelles productions internes, une douzaine de productions indépendantes et un nombre variable d'acquisitions, en première ou deuxième fenêtre de diffusion. Toutes nos productions originales et la plupart de nos acquisitions sont disponibles gratuitement et sans abonnement sur le web : sur notre plateforme et sur une chaîne YouTube, qui sont accessibles de partout sur la planète.

De façon générale, le modèle de Savoir média se distingue de celui des autres joueurs du milieu de la télévision au Québec. Puisque son financement provient de sources différentes, non-publicitaires, Savoir média occupe une position plus neutre dans l'industrie. Nous travaillons d'ailleurs à augmenter nos collaborations et codiffusions avec les autres médias afin de maximiser le rayonnement des contenus documentaires québécois de qualité, peu importe leur provenance. Nous sommes convaincus que notre média peut contribuer à favoriser un maillage entre le public et le privé. Il est impératif de faire face ensemble au rouleau compresseur de la culture américaine, qui est plus fort que jamais grâce à ses nombreuses plateformes de streaming et à ses budgets considérables. Les transformations technologiques obligent également à repenser les pratiques et à stimuler la créativité locale.

Dans le présent mémoire, nous soumettrons au Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec des idées pour stimuler la création, la production, la distribution et la consommation de contenus audiovisuels québécois. Nous nous concentrerons sur la diffusion et la production télévisuelles puisque ce sont nos domaines d'expertises.

« Pour stimuler la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires »

Création d'un marché québécois de la télévision

L'organisation d'un événement annuel, soit d'un marché dédié à l'audiovisuel, permettrait de stimuler les échanges entre créateurs, producteurs, diffuseurs et distributeurs. Pour le moment, aucun événement de grande envergure ne réunit toutes ces facettes du métier, en dehors des prix Gémeaux organisés par l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, qui offrent plutôt un moment de célébration et de réseautage. Le congrès de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) permet aussi de regrouper une partie de l'industrie, mais il ne s'agit pas d'une occasion pour mettre de l'avant des projets et idées spécifiques.

Ce nouveau marché pourrait s'inspirer de l'événement RIDEAU du côté des arts de la scène d'ici et des différentes déclinaisons du MIP. Cet événement serait une véritable vitrine pour l'industrie télévisuelle québécoise, tout en offrant une plateforme d'échange et de discussion sur les meilleures pratiques. Il pourrait par exemple inclure des stands, des conférences et des concours de « pitch » (pas seulement en fiction) pour encourager la présentation de nouveaux projets. Il faciliterait la mise en relation entre toutes les strates de la production et de la diffusion/distribution, tout en servant de porte d'entrée pour la relève. Les jeunes créateurs et producteurs pourraient d'ailleurs y bénéficier de tarifs réduits. Enfin, en rassemblant sous un seul toit toutes les forces vives de notre télé, cette vitrine de la créativité québécoise aurait une chance d'attirer de grands joueurs internationaux et de les intéresser à nos projets. Au niveau local, ce serait également une occasion de collaboration et de maillage entre les diffuseurs.

Un tel événement aurait cependant besoin du soutien financier de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) pour voir le jour. Il reste aussi à déterminer si cela devrait faire l'objet d'une nouvelle structure ou si une structure déjà existante, comme l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision ou même le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) étant donné leur volet international, pourrait s'en charger.

Des programmes spécifiques pour la relève

Puisque nous travaillons souvent avec des budgets de production très serrés, il peut être difficile de prendre du temps pour accompagner la relève dans son intégration en milieu de travail afin qu'elle puisse exprimer tout son potentiel. Un programme de bourses pour des stages et du mentorat, qui pourrait être administré par Emploi Québec, permettrait probablement de donner un peu d'air à nos productions afin que des membres expérimentés de l'équipe puissent accompagner adéquatement ces jeunes pendant leur phase d'apprentissage et pour rémunérer ceux-ci pendant la durée de leurs stages.

Savoir média croit également en l'importance de créer des liens entre les programmes d'étude de notre secteur et le terrain. C'est pourquoi les élèves du cours Élaboration d'une production du programme de Techniques cinématographiques et télévisuelles de l'École supérieure en Art et technologie des médias (ATM) à Jonquière prépareront un « pitch » pour notre chaîne à la session d'Hiver 2025. La capsule du gagnant ou de la gagnante du concours de « pitch » sera ensuite produite et diffusée à Savoir média à l'Automne 2025. Ce genre de collaboration permet aussi une diversité de voix et devrait être encouragé, par des enveloppes ponctuelles, particulièrement chez les diffuseurs publics.

Un accès facilité aux archives locales de nouvelles pour nos productions documentaires

Savoir média œuvre principalement dans la production et la diffusion de contenu documentaire. En ce sens, nous considérons avoir à remplir un devoir de mémoire important dans notre société. Cependant, l'obstacle principal pour raconter des histoires riches et variées est l'accès très coûteux aux archives servant à illustrer ces histoires, notamment aux extraits de bulletins de nouvelles. Les tarifs actuels de ceux-ci sont de 43 \$ la seconde pour cinq ans de droit, en excluant les frais de recherche. Les extraits de nouvelles n'étant pas soumis à de la redistribution de droits, il est étonnant qu'ils soient aussi coûteux. Ces tarifs sonnent très souvent le glas des projets documentaires relatant l'histoire du Québec qui nous sont soumis. Nous pensons donc qu'il serait à propos de faire des représentations auprès du gouvernement fédéral afin que les archives de nouvelles détenues par Radio-Canada soient disponibles à un coût plus bas pour ces projets.

« Pour soutenir la production de contenus variés de qualité »

Programme d'aide au développement à la SODEC pour tous types de projets télévisuels

Ce n'est pas un secret : les budgets de production au Québec sont très limités si on les compare à ceux du Canada anglais et des autres grands marchés. Le plus souvent, c'est la phase de développement qui écope pour rentrer le plus rapidement possible en production et ainsi, minimiser les coûts globaux de production. Ceci a un impact sur la créativité des équipes et la variété des contenus offerts, surtout lorsqu'il s'agit de plus petites maisons de production.

La SODEC dispose actuellement d'un programme d'aide au prédéveloppement de séries télévisées basées sur des adaptations littéraires et de programmes soutenant le développement de courts et longs métrages de fiction et de documentaire. Du côté fédéral, le Fonds des médias du Canada (FMC) prévoit des programmes de prédéveloppement et de

développement qui concernent principalement des groupes spécifiques (communautés racisées, autochtones, régions, projets nordiques, etc.). Sans remettre en question ces aides fort bénéfiques pour le milieu de l'audiovisuel, il n'en demeure pas moins que la plupart des émissions et séries produites au Québec sont exclues de ces financements.

C'est pourquoi nous proposons la création d'un programme d'aide au développement à la SODEC pour tous les types de production originale québécoise (fiction, variété, magazine, talk-show, documentaire, animation, humour, etc.).

De plus, afin de soutenir la diversité des voix, nous proposons que ces fonds soient destinés uniquement aux boîtes de production n'ayant pas de diffuseur au sein de leur actionnariat. En effet, étant nous-mêmes producteur et diffuseur, nous savons à quel point cette relation directe représente un avantage puisque le développement d'un projet découle souvent d'une commande précise. Nous voyons également l'importance de maintenir un écosystème varié puisque nous faisons nous-mêmes appel à des producteurs indépendants pour travailler avec nous et nous proposer de nouvelles approches créatives, qui sortent de notre cadre habituel, permettant à notre chaîne de se renouveler et d'évoluer à une vitesse plus soutenue.

Nous proposons que cette enveloppe de développement soit financée en réduisant les crédits d'impôt pour les formats internationaux produits au Québec. Cette approche permettrait de soutenir plutôt des projets audacieux et innovants de chez nous, tout en créant un écosystème local fort.

Renforcer le maillage avec nos entreprises d'effets visuels

Le Québec est l'un des joueurs mondiaux les plus importants en effets visuels. En revanche, peu de productions de fiction locales ont les moyens de recourir aux services de Rodeo FX, Technicolor et les autres. Ce secteur de l'industrie cherche actuellement à se redéfinir puisque sa compétitivité sur la scène internationale semble diminuée à la suite de la diminution de son crédit d'impôt. Est-ce qu'il n'y aurait pas une opportunité pour financer un fonds spécial en production à la SODEC pour que ces compagnies travaillent au succès de séries d'ici, en amenant les concepts plus loin et en mettre plein la vue?

« Pour accroître la production de contenus jeunesse »

Pérenniser le programme « La culture à l'école » du ministère de l'Éducation

Plusieurs études ont démontré que les habitudes d'écoute se créent dès le plus jeune âge. Afin de s'assurer que nos jeunes soient en contact avec les contenus québécois, nous proposons de pérenniser le programme « La culture à l'école » du ministère de l'Éducation et d'y réserver des enveloppes pour la diffusion d'émissions et de films québécois.

Il faudrait également une campagne pour encourager l'utilisation par les enseignant.e.s des ressources de Télé-Québec en classe qui fournit sans frais des vidéos éducatives de qualité, parmi lesquelles se trouvent plusieurs contenus de Savoir média.

« Pour favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écrans »

Nos applications locales sur tous les téléviseurs

Les habitudes de consommation de la télévision ont beaucoup évolué au cours des dernières années. Selon l'Enquête québécoise sur la découverte des produits culturels et le numérique 2023, plus de la moitié des gens (53,8 %) interrogés utilisent Internet et les plateformes de service de diffusion pour découvrir des séries et des films. Alors que les Netflix, YouTube et Amazon Prime sont installés par défaut sur les téléviseurs intelligents, les applications locales doivent la plupart du temps être téléchargées à la pièce. Un effort est donc demandé au consommateur ou à la consommatrice pour accéder aux productions d'ici, ce qui diminue leur découvrabilité. De plus, chaque grande marque de téléviseur dispose de son propre système d'exploitation et les diffuseurs doivent payer pour être ajoutés dans chacun de leurs catalogues. À Savoir média, nous ne sommes d'ailleurs disponibles uniquement sur les téléviseurs avec ROKU, pour des questions de coûts.

Pour ces raisons, nous pensons que le gouvernement du Québec devrait travailler de concert avec le gouvernement fédéral pour contraindre ces grandes marques à inclure les applications de nos diffuseurs sur leurs nouveaux téléviseurs, sans que celles-ci aient besoin d'être téléchargées par l'utilisateur.

Une plateforme unique avec tous les contenus de chez nous

Nous venons d'évoquer l'importance de l'accès aux applications locales pour que nos contenus télévisuels soient découverts. Cela étant, la multiplication de ces plateformes rend plus complexe la découverte de ces contenus, l'auditoire ne sachant plus où regarder telle ou telle émission. Malgré l'échec initial de Tou.tv à regrouper toutes les productions d'ici sur une plateforme unique, en raison de conflits commerciaux et de visions d'affaires discordantes, cette solution apparaît de plus en plus incontournable pour solidifier notre écosystème et faire face aux plateformes étrangères.

Pour que ça fonctionne, cette plateforme unique devra être financée de manière stable par une entité neutre, probablement par le gouvernement du Québec qui pourrait en déléguer l'administration à Télé-Québec. Elle devra intégrer des mécanismes de distribution des revenus aux ayants droit. On peut imaginer par exemple que la publicité soit redistribuée à la

chaîne détenant les droits. Les diffuseurs pourraient également déterminer quelles œuvres sont disponibles gratuitement et quelles œuvres requièrent le paiement d'un montant supplémentaire de quelques dollars pour débloquer l'accès. Beaucoup d'utilisateurs ont déjà l'habitude de prendre des abonnements ponctuels sur Amazon Prime pour visionner des séries spécifiques. Ce modèle de paiement ponctuel éviterait cependant le stress du désabonnement.

Les contrats des artistes et des artisans devront bien sûr prendre en compte cette nouvelle plateforme. Les producteurs pourraient également décider de rendre leurs contenus disponibles directement sur la plateforme après leur diffusion initiale, touchant ainsi des revenus publicitaires leur permettant de financer les droits.

En plus de regrouper toute la production télévisuelle sous une seule enseigne, une telle plateforme aurait l'avantage de limiter la multiplication des plateformes qui coûtent très cher à administrer et de mettre en place un catalogue avec des données structurées, permettant un meilleur référencement et un meilleur processus de recommandations.

« Pour améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et diffusion, dans les espaces tant traditionnels que numériques »

Un guide des bonnes pratiques pour les métadonnées

La clé pour améliorer la découvrabilité de nos contenus dans les espaces numériques se trouve sans conteste dans l'utilisation des métadonnées pour décrire nos contenus de manière informatique. Ces métadonnées, si elles sont structurées, permettent de renforcer la pertinence des résultats dans les moteurs de recherche et les algorithmes de recommandation. Des standards de description des vidéos, comme ceux proposés par schema.org, sont disponibles mais sont généralement sous utilisés, limitant ainsi le potentiel de découvrabilité.

Nous recommandons au ministère de la Culture et des Communications de développer un guide des bonnes pratiques pour que ces métadonnées structurées puissent être correctement utilisées et ainsi augmenter la découvrabilité des contenus québécois.

Une veille constante doit être faite à ce sujet en raison de l'évolution rapide des technologies. Nous ne pouvons malheureusement pas nous passer des GAMAM (ex-GAFAM) pour rejoindre tous les publics mais nous pouvons nous assurer que nos contenus soient consultés à travers ces entités. Avec la montée fulgurante de l'intelligence artificielle, des contenus mal identifiés numériquement risquent tout simplement de rester introuvables. Il s'agit simplement que le pont entre l'utilisateur et nos contenus soit bâti sur une architecture solide.

Conclusion

Pour que le Québec puisse se distinguer sur la scène audiovisuelle mondiale et garantir une production locale dynamique, nous croyons, comme le Groupe de travail qui a titré les sections de son formulaire de façon fort judicieuse, qu'il est crucial de stimuler l'innovation, de soutenir la création et de faciliter la distribution de nos contenus. En adoptant une série de mesures concrètes à court et moyen terme, le Québec pourra non seulement favoriser la créativité, mais aussi assurer la pérennité et l'attractivité de son industrie audiovisuelle sur tous les fronts. Savoir média est fier de pouvoir contribuer à cette réflexion et compte bien faire partie des acteurs favorisant la mise en place des mesures qui seront retenues.