

POUR L'AVENIR DE NOTRE CULTURE



**Mémoire présenté au Groupe de travail sur l'avenir de
l'audiovisuel au Québec**

Novembre 2024

1. Mise en contexte

En février 2024, l'Union des artistes et ses partenaires (ARRQ, DGC, SARTEC, GMMQ, AQTIS) faisaient parvenir [une lettre](#) au premier ministre et au ministre de la Culture et des Communications du Québec pour témoigner de la nécessité, dans le contexte actuel, de redéfinir les mécanismes d'attribution, de distribution et de circulation des fonds publics dans l'industrie de l'audiovisuel au Québec.

Nous saluons la mise sur pied du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec et nous croyons que votre mandat et vos objectifs sont intimement liés aux enjeux que nous souhaitons vous présenter.

La grande majorité des membres¹ de l'Union des artistes travaille activement au sein de l'industrie de l'audiovisuel au Québec et nous sommes à même de constater la dégradation des conditions de production, qui se traduisent en dégradation des conditions de travail et de la qualité de nos productions, dans un contexte particulièrement concurrentiel, où les géants de la diffusion en ligne accaparent l'attention et le budget disponible pour des activités culturelles des ménages québécois, réduisant ainsi la découvrabilité et la consommation de nos œuvres.

Ce qui nous apparaît d'abord comme un enjeu majeur et que nous constatons comme artistes, mais aussi comme téléspectateurs, c'est la diminution des ressources de nos productions. Cette dégradation a une incidence directe sur « la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires », sur la « production de contenu varié de qualité » et sur la compétitivité de nos œuvres face aux œuvres internationales. Tous les intervenants décrivent une insuffisance de financement et il est vrai que des moyens financiers plus importants permettent de meilleures productions. Nous consacrerons d'ailleurs une section de ce mémoire aux avenues possibles pour augmenter les fonds disponibles pour le secteur. Cependant, puisque les travaux de votre Groupe doivent respecter les limites des budgets déjà consacrés à la production audiovisuelle, il nous semble impératif d'analyser la façon dont l'argent circule dans l'industrie afin que les objectifs soumis par le ministre de la Culture et des Communications soient poursuivis de la manière la plus efficace possible. Comme société, on doit s'assurer que chaque dollar investi dans notre télévision et notre cinéma sert les intérêts supérieurs de notre culture québécoise et contribue à sa protection, son rayonnement et sa survie.

Nous aborderons donc différents enjeux et proposerons des recommandations sous plusieurs angles. Selon nous, il s'agit d'une occasion unique de revoir notre industrie en profondeur, en analyser les failles et les forces pour ainsi forger une vision d'avenir susceptible de protéger et

¹ Au 10 novembre 2024, l'UDA représentait 4 461 stagiaires et 8 273 membres actifs.

de faire rayonner nos œuvres. Nous croyons qu'en raison de l'urgence de la situation, il est raisonnable d'inscrire nos recommandations dans un horizon de 10 ans afin de pouvoir solidifier et consolider l'industrie. Il nous apparaît crucial pour le bien commun et la survie de notre culture d'en appeler à une collaboration totale de tous les intervenants, une collaboration transparente et dénuée « d'agendas individuels ».

L'UDA fait son effort en permettant des dérogations aux plus petits producteurs et nous réitérons d'ailleurs notre entière collaboration en ce sens. Les artistes et leur syndicat sont prêts à écouter et à réfléchir à toute proposition faite avec transparence et bonne foi. Le travail quotidien de l'UDA, avec toutes les dérogations et ententes particulières accordées à des petits producteurs ou à des projets hors normes, démontre à quel point elle est ouverte et cherche à s'adapter à tous les projets, grands ou petits, avec peu ou pas de moyens, pourvu que tous les intervenants de la chaîne *création-production-diffusion* soient traités avec respect et que tous puissent toucher leur juste part de rémunération.

2. Les mécanismes d'attribution, de distribution et de circulation des fonds publics

Des fonds publics soutiennent fortement et à juste titre l'industrie audiovisuelle au Québec. Il faut en être fier et s'assurer que chaque dollar investit dans notre télévision et notre cinéma permet la découvrabilité, le rayonnement et la survie de notre culture. On ne peut absolument pas se permettre d'enrichir des compagnies, ou des individus en particulier, au détriment d'une excellente qualité des œuvres et d'un rayonnement optimal.

Nous avons identifié des façons de faire et des modèles d'affaires qui ne tiennent pas compte de la nouvelle réalité et qui ne favorisent pas l'émergence de nouveaux talents ou de projets originaux de qualité concurrentielle, puisqu'ils concentrent les ressources financières dans trop peu de mains.

Un examen approfondi du mécanisme actuel d'attribution, de distribution et de circulation des fonds publics doit être fait. Du point de vue des artistes-interprètes, plusieurs questions sont soulevées et nous croyons que seul l'appareil gouvernemental peut accéder aux réponses.

2.1 Attribution des fonds publics

2.1.1 LA CONCENTRATION DES RESSOURCES ENTRE LES MAINS DE TRÈS PEU DE JOUEURS

Est-il convenable de subventionner dans la même année plusieurs projets d'un même producteur au détriment d'une pluralité de visions et d'expressions, notamment au détriment de la relève, de jeunes producteurs et créateurs qui peinent à pénétrer le marché ce qui nous prive de leurs idées innovantes et originales ? Nous devons absolument repérer et soutenir la relève qui a une vision d'avenir sur notre industrie, à toutes les étapes de production.

2.1.2 L'OCTROI D'UN FINANCEMENT PUBLIC DEVRAIT TOUJOURS ÊTRE FAIT EN CONFORMITÉ AVEC LES LOIS

Comme les projets télé sont produits par de moins en moins de mains, les artistes ont de moins en moins « d'employeurs ». Ce phénomène contribue à créer une omerta chez les interprètes qui évitent de dénoncer **des conditions de travail ou des comportements inacceptables de la part de certains producteurs**. Pour assurer un investissement responsable, l'octroi d'un financement devrait donc toujours être accompagné de certaines obligations, comme le respect des Lois suivantes :

- **La Loi sur le statut de l'artiste (LSA)** : une subvention ne devrait être octroyée que si le producteur garantit de travailler dans le respect des ententes collectives du secteur (UDA, ARRQ, AQTIS, SARTEC, GMMQ, DGC...), ce qui contribue entre autres au filet social des artistes.
- **La Loi 42 visant à prévenir et à combattre le harcèlement psychologique et la violence à caractère sexuel en milieu de travail** : De trop nombreux cas de situations inacceptables nous sont encore rapportés. À notre grande déception, les artistes n'osent pas porter plainte officiellement. Et ce, même lorsqu'il s'agit de harcèlement psychologique qui touche plusieurs personnes d'une même production. Le sujet est délicat, nous en convenons. Si on ne peut se permettre de se substituer à la justice et de refuser du financement sur des oui-dire, il faut s'assurer que tout est mis en place par la production pour protéger les travailleurs et les travailleuses.

RECOMMANDATION 1

- Resserrer les critères d'attribution de fonds publics pour limiter le nombre de productions télévisuelles subventionnées annuellement pour une même compagnie, à l'instar du cinéma, et ainsi assurer un accès équitable au financement à plus de joueurs.
- Favoriser une accessibilité accrue à notre industrie pour la relève.
- Initier un programme qui favorise le mentorat, pour élargir nos compétences à toutes les étapes de création et production.

2.1.3 QUE CHOISSONS-NOUS DE FINANCER ?

Tout indignés que nous soyons des conditions de travail qu'entraîne la production d'émissions quotidiennes comme *Stat* ou *District 31*, nous reconnaissons qu'elles véhiculent notre langue, nos enjeux de société, nos mœurs...notre identité. Elles constituent également une sorte d'expérience culturelle commune, comme toute émission à succès. Il faut continuer de les financer et surtout, donner l'opportunité aux boîtes de production d'offrir de meilleures conditions de travail aux artistes et aux artisans.

D'un autre côté, pourquoi continuer de financer un concept de télé-réalité étranger ? Qu'avons-nous à y gagner ? On peut prétendre que ce financement est préférable à l'importation de l'original en surimpression vocale, certes. Mais cette case horaire, ne serait-elle pas mieux comblée par les petits bijoux de chez nous ? Combien de séries télé ou web, originales et créatives, ne rencontrent pas leur public parce qu'elles sont noyées dans une surabondance d'options ou par manque de promotion ? Quelques rares efforts de rediffusion

se constatent, mais c'est insuffisant. Inspirons-nous des théâtres institutionnels de Montréal et de Québec qui se partagent de plus en plus leurs productions les plus réussies ou les plus populaires auprès du public et surtout d'un jeune public.

Prenons l'exemple de la série *Demain des hommes*, qui a peu rencontré son public et qui n'a pas joui d'une deuxième saison, malgré sa qualité et un sujet qui aurait pu interpeler notre jeunesse. Si cette même série avait été américaine et diffusée sur les grandes plateformes, elle aurait assurément connu un grand succès. Au Québec, nous ne valorisons pas suffisamment nos bons coups. Toutes les émissions ne sont pas égales en qualité, c'est normal, on ne peut jamais garantir le résultat final. En revanche, il faut accorder un traitement spécial à nos réussites. Leur donner une deuxième et troisième vie, même des années plus tard, auprès d'une nouvelle génération. On doit d'abord miser sur les conditions qui favorisent la création de telles œuvres (voir section 4), capables de « revivre », d'accrocher un nouveau public. Puis, il faut les promouvoir. Surtout auprès de nos jeunes, les 25-35 ans, par exemple.

RECOMMANDATION 2

- Revoir les critères de financement des productions.
- Exclure le financement pour des produits de télé-réalité de concept étranger.

2.2 Distribution et circulation des fonds publics

2.2.1 LES CONDITIONS SOCIOÉCONOMIQUES DES ARTISTES ET PETITS PRODUCTEURS INDÉPENDANTS

Les fonds publics destinés à la culture ne percolent pas adéquatement jusqu'au bout de la chaîne, soit la majorité des artistes et des créateurs. Producteurs et artistes devraient être égaux en droits. Le **déséquilibre du pouvoir** est tel, que le revenu du producteur est indexé et augmente, tandis que le revenu global de l'artiste (cachets + droits de suite) stagne depuis 15 ans, puisque ses droits ont chuté drastiquement sur les plateformes de diffusion en ligne. Il est inconcevable que l'UDA ait dû entreprendre de si grands moyens de pression² (forcer l'arrêt de 6 plateaux de tournage) pour que la demande de considérer le web au même titre que la télé soit entendue par les producteurs, surtout lorsqu'on sait que 95 % de nos productions se retrouvent diffusées en ligne.

Ce que nous constatons actuellement en analysant les revenus de nos membres, c'est la **disparition de la classe moyenne** de nos travailleurs, interprètes et créateurs. Alors que la somme des revenus de tous les artistes UDA en audiovisuel augmente, le revenu individuel moyen diminue. La même chose est en train de se produire chez les petits producteurs

² [Négociation UDA-AQPM : L'Union des artistes exerce ses moyens de pression et arrête le tournage de la série « Les Armes »](#) / [Négociation UDA-AQPM : La pression monte](#)

indépendants qui se retrouvent dans le même déséquilibre de pouvoir face aux diffuseurs et aux grosses compagnies de production.

Lorsque le droit d'être rémunéré dignement est touché, d'autres droits sont affectés comme celui du logement, de l'éducation, de la santé. Nos artistes, créateurs et interprètes, méritent mieux. Ils sont le cœur, la voix et le corps de notre culture.

Nous devons reconnaître que chaque intervenant de cette industrie, du diffuseur à l'interprète, joue un rôle essentiel et mérite d'être traité équitablement en rémunération, en dignité, en conditions de travail et de vie. La grande majorité des artistes, créateurs et interprètes, se sentent loin des prises de décisions importantes de leur milieu. Ils constatent des zones d'ombre dans la répartition du financement et souhaitent les éclairer. Il est tout à fait légitime de vouloir comprendre et peut-être redéfinir le circuit des fonds publics. En toute transparence.

2.2.2. ZONES D'OMBRE DANS LA RÉPARTITION DE L'ARGENT PUBLIC ATTRIBUÉ À L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE

Le financement de la culture semble être une manne lucrative pour certains, au détriment des artistes et des artisans, qui sont au cœur de la création, de sa diversité, de sa qualité et de sa renommée, ici comme ailleurs.

En consultant les divers formulaires de demandes de financement qu'utilisent les producteurs, nous constatons que certains coûts de production se répartissent ainsi :

- **Producteur** : 10 % du budget total
- **Frais de bureau, secrétariat, loyer, équipe de la maison de production** : 20 %
- **Amortissements et imprévus** : 10 %
- **Etc.**

Comme certains producteurs accumulent plusieurs productions au cours d'une même année, souvent en créant des compagnies à numéro pour chaque projet, il nous apparaît important d'exiger une meilleure transparence sur certaines des façons de faire de poser les questions suivantes :

- **Quelle part réelle du budget s'accordent-ils en salaire ?**
- **Cette part de salaire se multiplie-t-elle avec les projets ?**
- **Est-elle réaliste et sert-elle au mieux leurs productions et l'industrie en général ?**
- **Y a-t-il un partage des ressources administratives et comptables, de main-d'œuvre, des frais locatifs, de bureaux, des loyers ?**

Nous ne sommes pas contre la mutualisation des services, bien au contraire, mais nous croyons que les économies ainsi engendrées devraient être investies directement dans les projets et ne pas profiter uniquement au producteur ou au diffuseur, par la bande.

La transparence devrait être une valeur de base de notre industrie, pour s'assurer que chaque dollar investi est réellement au service de notre télévision et de notre cinéma. C'est une question de confiance envers nos institutions. Pour que chaque intervenant, du plus petit

au plus gros, se sente engagé dans ce projet de société qui est de conserver, protéger et faire rayonner une culture audiovisuelle forte et signifiante pour le peuple.

Les maisons de production sont peut-être des compagnies privées, mais il faut reconnaître qu'elles ont un caractère « public » puisqu'elles sont, dans les faits, des gestionnaires de fonds publics. En ce sens, comment expliquer que leurs budgets ne sont pas accessibles ? Cela même lors de négociations durant lesquelles les producteurs prétendent être incapables de répondre à nos demandes, faute de moyens financiers suffisants. En aucun cas, ils n'acceptent de nous le prouver en nous présentant leurs budgets. Cette opacité nous semble injustifiable et nous rend pour le moins méfiants. Un resserrement des mécanismes de contrôle est nécessaire, par le biais de redditions de comptes et de vérifications sérieuses.

Considérant la fragilisation actuelle de notre industrie, est-il normal qu'un producteur s'enrichisse quand ses activités professionnelles et son succès se basent surtout sur de l'argent public ? En ce moment, le système nationalise le risque d'un côté, mais privatise le profit et le succès de l'autre. L'exemple des ventes à l'international illustre bien la chose. Un producteur qui vend une œuvre à l'international fait un profit sur un produit financé par l'argent public. Une partie de ces profits devraient retourner dans les coffres de l'état pour être réinvestis dans l'industrie et la création.

RECOMMANDATION 3

- Mandater le vérificateur général du Québec à auditer les entreprises qui bénéficient de fonds publics et ainsi s'assurer d'une saine gestion des ressources financières dans l'industrie audiovisuelle québécoise.
- Créer, au MCCQ, un poste de « commissaire à l'industrie audiovisuelle », auquel les producteurs devraient se rapporter (lier les producteurs à l'état), et qui aurait le mandat de créer un code de déontologie pour la profession.
- Obliger les producteurs qui vendent à l'étranger une production financée avec des fonds publics et qui font du profit, d'en retourner une partie dans un fonds gouvernemental visant le financement de l'industrie et de la création.

2.2.3 INTÉRÊTS LIÉS AU FINANCEMENT INTÉRIMAIRE

Plus de 80 millions sont payés en intérêts par les producteurs pour le financement intérimaire des crédits d'impôt. Notre industrie ne peut se permettre de voir cet argent s'envoler vers les coffres d'une banque. Pourrions-nous imaginer une façon de faire pour que cet argent reste dans l'industrie ou à tout le moins ne l'appauvrisse pas ? Est-ce qu'un fonds à l'image du FICC ou de la banque d'affaires de la SODEC ne pourrait pas être constitué et accessible aux producteurs ? Il nous semble particulièrement souhaitable que les intérêts encourus par le financement intérimaire puissent s'accumuler dans un fonds dédié et en faire profiter l'ensemble de l'industrie.

RECOMMANDATION 4

- Créer un fonds indépendant, pour assurer le financement intérimaire, soit avec des intérêts moins élevés qu’actuellement ou encore avec une garantie de réinvestissement dans l’audiovisuel. Penser à la Caisse de dépôt et placement du Québec ou un fonds de travailleurs. Les critères ESG de différents investisseurs incluent de plus en plus un critère de contribution à la culture nationale. Il serait judicieux que le Québec devienne un chef de file en ce sens.

3. La place des diffuseurs

3.1 Pour un milieu plus démocratique

Un grand malaise s’est installé dans notre milieu depuis qu’on a permis aux diffuseurs d’acheter des parts dans des boîtes de production. Une convergence est en train de s’installer et est perçue, par une grande majorité d’intervenants du secteur, comme nocive pour notre télé et notre cinéma. Les perceptions sont très négatives et les préoccupations grandissantes.

Il est normal de craindre que les diffuseurs favorisent inévitablement les boîtes dans lesquelles ils ont des actions. Les diffuseurs auraient tout intérêt à acheter le plus de boîtes de production possible afin de les fusionner pour réduire la compétition. Ainsi, ils contrôleraient les dépenses et pourraient décider à leur guise du montant des licences et du salaire des artisans et des artistes, tout en accaparant une partie du crédit d’impôt destiné au producteur. La diversité de l’offre culturelle pourrait en souffrir.

Ajoutons à cela que le modèle vertical est de plus en plus présent dans notre écosystème. Certains diffuseurs possèdent, en plus de leur plateforme de diffusion, des studios d’enregistrement, des ressources techniques, des studios de postproduction et des parts dans certaines grosses boîtes de production. Il arrive que ces diffuseurs contraignent les producteurs à utiliser les services des entreprises qu’ils possèdent, au détriment des économies qui pourraient être réalisées en utilisant ces services ailleurs. Plusieurs acteurs du milieu s’en plaignent, depuis quelque temps déjà.

RECOMMANDATION 5

- Commander un avis d’expert en concurrence pour avoir un positionnement clair sur la concurrence intérieure et comprendre les impacts sur l’écosystème lorsque des diffuseurs acquièrent des parts dans les boîtes de production.
- Légiférer afin d’interdire aux diffuseurs de posséder des parts dans les compagnies de production.
- Interdire aux diffuseurs l’accès aux crédits d’impôt pour les boîtes dans lesquelles ils ont des intérêts et dont les projets seront diffusés sur leurs propres plateformes.

3.2 Revenus publicitaires et mesure de l'audience

L'importante baisse des revenus publicitaires est bien réelle pour les diffuseurs et leur volonté de combler cette perte est compréhensible. Ils ont des actionnaires à satisfaire ! Mais arrêtons de dire qu'ils sont limités financièrement : ils sont des fournisseurs d'accès à internet, offrent des services de téléphonie, ont des plateformes de diffusion de contenu avec abonnements payants. Ne soyons pas trop complaisants avec eux. Ils doivent, au même titre que tous les intervenants du secteur, contribuer à la survie de notre télévision, dans leur propre intérêt. La chute des revenus publicitaires ne devrait pas les autoriser à dépasser leur fonction et s'ingérer dans le contrôle créatif du producteur et des artistes.

Les mesures d'audience ont-elles été modernisées pour bien rendre compte de la popularité d'une émission et de son attrait pour un publicitaire ? Prend-on maintenant en compte les visionnements en direct, en rattrapage, et les clics sur internet ? On parle d'une baisse des revenus publicitaires, mais est-ce que les nouvelles pratiques en la matière sont analysées ? L'ajout de publicités impossibles à éviter sur internet fait-il l'objet d'un calcul de rentabilité ? Les diffuseurs demandent aux producteurs d'inclure des idées de financement novatrices dans leur *pitch*, de penser à comment imbriquer de façon intrinsèque des revenus publicitaires dans leur concept. Le placement de produit prend de plus en plus de place dans nos séries préférées. Pourra-t-on chiffrer et quantifier l'apport financier de ces nouvelles techniques de financement dans l'industrie ? Si l'enjeu de la perte de revenus publicitaires frappe aussi profondément l'industrie, il faudrait s'assurer que les solutions bénéficient à l'ensemble également.

RECOMMANDATION 6

- Que le gouvernement du Québec fasse des pressions auprès du gouvernement canadien pour qu'il modifie la Loi de l'impôt sur le revenu et que les dépenses publicitaires sur les grandes plateformes numériques ne soient plus déductibles d'impôt. Cela pourrait ramener une partie de la publicité sur les plateformes locales (canadiennes et québécoises).
- Moderniser les méthodes de mesures d'audience pour s'assurer d'avoir un portrait juste de la réalité.

3.1.1 LE STAR-SYSTÈME QUÉBÉCOIS

Notre star-système est indéniablement un facteur à considérer dans notre industrie audiovisuelle, puisqu'il la façonne, influence son déploiement et son fonctionnement. Ce star-système est tout de même appelé à se transformer ou disparaître et il serait important de s'y attarder. À quoi est-il dû et qui le chérit réellement ?

Le fait francophone dans un océan de culture américaine et anglo-saxonne n'est sûrement pas étranger à son avènement et son importance. Encore très présent, étonnamment, notre star-système est apparu avec la création de notre télé et de nos séries à succès. Lorsqu'au même moment quatre millions de téléspectateurs sont rivés devant la même série, des

vedettes sont évidemment confirmées. Ce phénomène était particulièrement présent lorsqu'il n'y avait qu'une poignée de canaux de télévision, mais qu'en est-il aujourd'hui ? Croyons-nous que ce même star-système va survivre à la nouvelle génération ?

Avec la multiplication astronomique des plateformes de diffusion en ligne, les séries, les films, les créateurs de contenu, les vidéos Tik Tok et Instagram, qui sont les stars d'aujourd'hui ? Celles de demain ? Sommes-nous convaincus que nos vedettes ne sont pas, en fait, les vedettes des diffuseurs, de nos habitudes ou nos automatismes ? Est-ce qu'une vedette fait réellement vendre plus de publicité ? Attire-t-elle plus de téléspectateurs ? Avons-nous des indications claires en ce sens ? N'avons-nous pas saisi la leçon des Netflix de ce monde ? Prenons l'exemple des séries étrangères *La Casa de papel* (Espagne), *Dark* (Allemagne), *Squid Game* (Corée) et bien d'autres pour lesquelles les interprètes étaient inconnus, mais qui sont devenus de grands succès. Une bonne histoire, bien racontée, bien jouée, où les créateurs ont eu le temps de bien apposer leur signature personnelle, voilà ce qui se démarque. Tous les bons acteurs ne sont pas des vedettes. Il y a de grands talents qui n'ont pas eu la chance d'être découverts par le grand public qui apprécie la découverte des talents de chez nous, ne l'oublions pas.

Si notre star-système aide vraiment notre industrie, qu'il lui apporte de l'oxygène, soit, mais il faut tout de même en considérer les répercussions sur toute la chaîne de production. Lorsqu'une poignée d'interprètes se partagent les rôles principaux de nos émissions, les horaires de tournage deviennent problématiques, les mises en disponibilité (*holds*) abusives, on se prive de la découverte de nouveaux talents, on ne se réinvente pas, on diminue l'accessibilité au travail et, par le fait même, on diminue le nombre d'interprètes capables de vivre de leur métier. Même chose pour les producteurs : certains producteurs vedettes nuisent à la qualité des œuvres, aux conditions de travail et aux plus petits producteurs qui n'ont pas un accès équitable aux ressources.

RECOMMANDATION 7

- Limiter drastiquement l'ingérence des diffuseurs dans les décisions de création et le choix des interprètes.

4. Cadence de travail effrénée à toutes les étapes de production

L'économie dans le temps de production que l'industrie exige d'elle-même nous apparaît comme le plus grand défi, voire le plus grand danger à « la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires » et à la « production de contenu varié de qualité ». Cette cadence de travail effrénée se ressent d'un bout à l'autre de la chaîne de production. Si nos œuvres sont quand même d'une grande qualité à ce rythme et sous cette pression, elles pourraient être encore meilleures si on leur accordait plus de soin. Davantage de temps

augmenterait la qualité des œuvres et apporterait surtout la dignité et la décence dans le travail de TOUS les intervenants de l’audiovisuel entre autres au niveau de la santé et de la sécurité au travail, de la conciliation travail-famille, des horaires de travail plus humains, de l’augmentation du filet social, etc.

Pour réussir à ralentir la cadence de travail, quelques pistes sont à explorer :

- **À partir du calendrier de production** : entre le **moment A**, où un diffuseur s’engage auprès d’un projet et/ou qu’un financement pour le développement est accordé, le **moment B**, où le tournage débute, et le **moment C**, date de la première diffusion, quel temps accordons-nous aux différentes étapes afin qu’elles optimisent nos chances de produire une œuvre de qualité concurrentielle ? Par exemple, il arrive fréquemment que les textes et les horaires changent assez pour qu’un interprète se retrouve obligé d’apprendre plus de 15 scènes en 3 jours, jours pendant lesquels il est d’ailleurs en tournage. Nous sommes très loin de conditions optimales !
- **Établir des standards de production pour différents formats** (long métrage, série quotidienne, série lourde, série web 15 minutes/épisode, etc.). Par exemple, une quotidienne ne devrait pas dépasser x épisodes par année, avoir au minimum un budget de x \$ par épisode et être tournée dans un minimum x jours par saison.

RECOMMANDATION 8

- Ralentir la cadence de travail à toutes les étapes de réalisation des projets.
- Augmenter le temps alloué au développement des projets.
- Identifier rapidement le potentiel original d’un projet et lui accorder le temps et l’argent nécessaire à son déploiement.

5. Comment financer l’industrie : argent neuf

Plusieurs crient à l’insuffisance du financement de l’industrie. Nous comprenons que le gouvernement doit faire des choix, mais nous croyons qu’il a tout intérêt à évaluer les options suivantes lui permettant l’accès à de l’argent neuf.

5.1 La copie privée

Depuis l’avènement du streaming, le secteur de la musique a fait office de canari dans la mine. Historiquement, les dépenses des Québécois en musique allaient majoritairement (plus de 80 % selon les années) vers la musique de chez nous. Maintenant que les écoutes se font majoritairement par le biais du streaming, seulement 8 % de la musique écoutée est québécoise. Le contexte actuel constitue la même menace pour le secteur de l’audiovisuel.

L'Union des artistes fait des représentations depuis de nombreuses années, et plus intensément depuis l'annonce d'une possible modernisation de la *Loi sur le droit d'auteur*, afin que le régime de la copie privée puisse retrouver son intention originale : un système flexible, neutre sur le plan technologique, qui monnaye la copie privée qui ne peut être contrôlée par les titulaires de droits. Les supports physiques pour copier des œuvres ne sont plus utilisés (CD, cassettes). Le gouvernement Harper a refusé, à l'époque, d'inclure les nouveaux appareils de consommation de musique dans le régime de copie privée (téléphones intelligents, tablettes, ordinateurs, iPod, etc.), privant ainsi le secteur de la musique d'ici de dizaines de millions de dollars. Le gouvernement Trudeau, aujourd'hui, fait du sur place dans ce dossier crucial.³

Dans une étude⁴ publiée sur le sujet, il est démontré que si le régime canadien de la copie privée était modernisé, d'importantes sommes seraient perçues pour les ayants droit de la musique. Ainsi, de modestes redevances de 5,26 \$ à 7,50 \$ environ perçues sur les ventes de téléphones intelligents et de 5 \$ à 6 \$ environ perçues sur les tablettes représenteraient des perceptions annuelles de redevances de la copie privée oscillant entre 71,9 M \$ et 97,7 M \$ de dollars canadiens.

Devant l'inaction du gouvernement fédéral, le gouvernement du Québec devrait imposer son autorité en cette matière et instaurer son propre régime de copie privée en ajoutant une taxe culturelle sur les appareils électroniques vendus au Québec afin d'augmenter les fonds disponibles pour nos productions musicales et audiovisuelles. Prenons exemple sur les pays européens qui appliquent cette mesure et dont les industries culturelles (et bien d'autres) en ressortent gagnantes.

RECOMMANDATION 9

- Que le gouvernement du Québec instaure son propre régime de copie privée en ajoutant une taxe culturelle sur les appareils électroniques vendus au Québec afin d'augmenter les fonds disponibles pour nos productions musicales et audiovisuelles.

³ [Le vol du siècle: la copie privée | Le Devoir](#)

⁴ [New Private Copying Global Study shows potential for better remuneration of rightsholders – CISAC, BIEM and Stichting de ThuisKopie study is a policy manual for governments on how to implement effective levy](#)

5.2 Défendre la souveraineté culturelle : pour une juste redistribution des profits des géants du Web vers les industries culturelles nationales

Le CRTC a fait un premier pas en obligeant les géants du web à lui verser des redevances, mais le gouvernement du Québec doit exercer son autorité et défendre sa souveraineté culturelle. La concentration de la production culturelle et de l'argent entre les mains des détenteurs des technologies plutôt que dans celles des industries culturelles nationales comporte d'immenses menaces : censure causée par les algorithmes, avènement massif des médias synthétiques, perte de souveraineté culturelle et démocratique et perte d'autonomie puisque 5 gros joueurs étrangers hébergent 95 % des données canadiennes sans oublier qu'ils possèdent maintenant l'ensemble des développeurs en intelligence artificielle.

RECOMMANDATION 10

- Le MCCQ devrait assurément consulter des ingénieurs en IA, des experts indépendants (en dehors des compagnies comme KPMG, qui travaillent pour les géants du numérique), afin de se prémunir contre les effets destructeurs qui menaceront les cultures nationales comme la nôtre.

6. Assurer la diffusion de notre patrimoine audiovisuel

Garantir un accès aux contenus d'ici, produits grâce à des fonds publics, est d'une importance capitale d'un point de vue identitaire et démocratique. Nos prochaines recommandations tourneront autour d'un concept de plateforme nationale visant à assurer la longévité de nos œuvres et la constitution d'un catalogue et d'archives. Deux avenues nous semblent possibles : une **plateforme Québec** contenant toutes nos œuvres télévisuelles et cinématographiques diffusées depuis plus de 5 ans OU une **plateforme unique** réunissant toutes les autres plateformes de chez nous.

6.1 Plateforme Québec

Le projet *Éléphant-mémoire du cinéma québécois* est très pertinent et il faut s'en inspirer. Notre patrimoine télévisuel et cinématographique doit être valorisé, promu et accessible aux gens de chez nous. Le Québec a été un précurseur en production télévisuelle en produisant, avant tout le monde, ce qu'il est maintenant convenu d'appeler des séries lourdes, mais aussi des quotidiennes qui dépassaient les normes de qualité habituelles. L'attractivité de nos émissions en termes d'auditoire a aussi été étudiée et analysée par maintes institutions américaines. Nos longs métrages sont également une richesse inestimable, témoins

historiques du parcours de notre nation et de plus en plus considérés sur la scène internationale, faisant ainsi rayonner notre culture et notre savoir-faire.

Il est honteux de devoir s'abonner à une plateforme étrangère et ainsi l'enrichir, pour visionner des succès d'une autre époque, comme *Les filles de Caleb*, qui est offert uniquement sur Netflix. Les exemples de ce genre sont multiples. On peut aussi penser à *Demain des hommes*, diffusé à la télé de Radio-Canada en 2018 et maintenant disponible avec un abonnement à Prime Vidéo. Les œuvres d'ici, créées à partir de fonds publics, enrichissent les plateformes étrangères qui sont à l'origine de la crise actuelle.

Une fois qu'une œuvre audiovisuelle a terminé sa première « tranche de vie », au bout de 5 ans par exemple, elle pourrait être diffusée sur notre plateforme nationale, accessible gratuitement à tous les Québécois et Québécoises. Le Québec a payé pour ces œuvres, il est normal qu'il les récupère. Évidemment, la question des droits devra faire l'objet d'ententes, mais dans la mesure où les producteurs cèdent les leurs et leur propriété intellectuelle au gouvernement, l'UDA s'engage aussi à évaluer cette possibilité.

Pour ce modèle, nous précisons que :

- Les producteurs et tous les ayants droit devraient conserver leurs droits pour les ventes sur d'autres plateformes locales ou internationales.
- De même que pour les œuvres diffusées depuis moins de 5 ans, si elles se retrouvent sur la plateforme nationale.
- Les profits publicitaires de cette plateforme pourraient être réinvestis dans l'industrie.
- Cette plateforme offrirait également l'opportunité de promouvoir largement nos œuvres à toute la population québécoise.
- Une place particulière devrait être faite à notre patrimoine télévisuel d'émissions jeunesse.

RECOMMANDATION 11

- Que toute production québécoise financée à même les fonds publics soit diffusée sur une plateforme nationale après 5 ans.

6.2 Plateforme unique

Autrefois, en s'abonnant au câble, le téléspectateur avait accès à « toute » la télévision. Maintenant, le public se retrouve écartelé par la compétition que se livrent les diffuseurs qui possèdent leur propre plateforme en ligne (tou.tv de Radio-Canada, Illico+ de Vidéotron, Crave de Bell, etc.) et les plateformes internationales (Netflix, Prime, etc.). Il doit y consacrer un budget considérable et s'abonner à toutes les plateformes ou est forcé de choisir parmi

une multitude d'options qui incluent la compétition internationale. Sans parler, des œuvres québécoises passées qui ne sont pas accessibles après leur diffusion initiale comme expliqué précédemment.

Nous croyons qu'il faut encourager la création d'une plateforme unique, qui :

- Regrouperait les contenus payants de toutes les plateformes des diffuseurs nationaux, mais au coût d'un seul abonnement. (Comme le fait Crave avec HBO, Starz, etc.)
- Redistribuerait les revenus entre les diffuseurs, au prorata, selon les visionnements.
- Offrirait différents forfaits d'abonnements : avec pub (moins cher), sans pub (plus cher), privilège (voir les séries avant tout le monde), etc.

De plus, il nous apparaît crucial que tous les appareils intelligents soient préchargés ou mis à jour dès leur premier branchement, pour inclure les applications de visionnement qui donnent accès au contenu d'ici. D'ailleurs, le fait que les téléviseurs intelligents et les dispositifs de diffusion en continu (Fire Stick, Roku, Chrome Cast, etc.) vendus au Québec n'offrent pas dès leur ouverture un accès aux plateformes de diffusion québécoise est tout aussi crucial dans la structure actuelle de notre industrie.

RECOMMANDATION 12

- Créer une plateforme unique rassemblant tous les diffuseurs d'ici, simplifiant l'abonnement pour les Québécois et respectant une saine compétition entre diffuseurs.
- Que tous les appareils intelligents (téléviseurs, dispositifs de diffusion en continu, tablettes, cellulaires, ordinateurs, etc.) vendus au Québec aient dans leur menu (ou dès la première mise à jour après leur ouverture) les applications donnant accès aux plateformes de diffusion québécoises.

7. Stimuler l'exportation et favoriser notre rayonnement sur les marchés internationaux

Nous croyons qu'il faut nous entendre sur la notion de rayonnement sur les marchés internationaux. Une vente à Netflix, pour diffusion au Canada seulement rate cette cible. Il y a également une importante nuance entre vendre un concept ou une émission telle qu'elle a été produite (doublée ou sous-titrée pour un marché étranger) et c'est sur cette deuxième avenue que nous croyons qu'il faut se pencher.

La concurrence s'est internationalisée. Pour rayonner ici, il faut également rayonner ailleurs et vice versa. Nous citons en exemple *Casa de papel*, dont le succès majeur en Espagne a incité Netflix à coproduire les saisons subséquentes et à les rendre disponibles à

l'international. De même, des longs métrages de chez nous qui rayonnent à l'international et décrochent des prix, comme *C.R.A.Z.Y.* ou *Simple comme Sylvain*, deviennent attrayants pour nos concitoyens et rayonnent ici, par la suite.

Nous avons la conviction que plusieurs de nos productions télévisuelles méritent d'être doublées et transmises à travers le monde. Quand nos créateurs parlent du Québec, de nos enjeux sociaux et de nos valeurs, qu'on produit des émissions qui nous ressemblent, c'est là que nous optimisons nos chances de rayonner.

Nous devons définitivement passer d'une stratégie d'écosystème autocentré (star système local, surproduction, moyens limités) à une offensive d'investissements majeurs de fonds publics, couplés à de nouvelles sources de financement, à la participation entrepreneuriale et un système de protection de notre diffusion et découvrabilité (bien encadrée juridiquement). Bref, à une offensive de valorisation de notre Culture et à une stratégie de rayonnement international.

RECOMMANDATION 13

- Qu'une délégation politique accompagne les producteurs pour la promotion et la vente de contenu à l'international.

8. Émissions jeunesse et attractivité de notre télé et de notre cinéma

Au Québec, nous avons produit d'excellentes émissions jeunesse, qui ont connu une grande popularité, ici et parfois ailleurs. Si nous nous arrêtons aux émissions phares de cette télévision comme *Passe-Partout*, *Caillou*, *La Ribouldingue*, *Sol & Gobelet* ou *Cornemuse*, nous constatons deux types d'émission jeunesse. D'un côté les contenus sont très éducatifs et encadrés et de l'autre il y a de la fantaisie, un deuxième niveau, un clin d'œil à l'adulte. Nous avons une grande expertise en émissions jeunesse et il faut financer ce sur quoi on excelle et qui a fait ses preuves.

Même chose du côté des émissions pour adolescents. Les émissions telles que *Dans une galaxie près de chez vous*, *Radio-Enfer* ou *Une grenade avec ça*, constituent des expériences culturelles communes à toute une génération et un attachement à notre télévision d'ici. La disparition de VRAK TV a créé un vide télévisuel pour cet auditoire adolescent. Nous avons le devoir de continuer à nous adresser à eux, à travers nos émissions télé et sur les plateformes qu'ils utilisent désormais.

RECOMMANDATION 14

- Qu'il y ait un investissement massif de la Banque d'investissement de la SODEC dans la production d'émissions jeunesse.
- Mise en place d'une stratégie basée sur le maillage culture-éducation-plateforme-visibilité afin de stimuler l'attractivité de nos contenus pour la jeunesse.
- Établir une stratégie de diffusion régionale et de promotion des contenus d'ici comprenant la tournée dans les établissements scolaires.
- Inciter la coproduction d'émissions jeunesse avec d'autres acteurs de la Francophonie, particulièrement les pays d'Afrique qui sont l'avenir du fait français dans le monde.

8.1 La Culture et l'école

Nous avons un important travail d'éducation à accomplir pour accompagner notre jeunesse dans cette nouvelle ère technologique. D'un côté, ils doivent être conscientisés aux impacts des géants du numérique sur leur santé mentale, leur développement, leur vie privée et leur société. D'autre part, nous devons les (re)connecter à notre culture par le biais de l'école, par des expériences culturelles communes, par la valorisation de nos œuvres artistiques tant dans leur établissement scolaire que sur les réseaux qu'ils fréquentent.

RECOMMANDATION 15

- Insister et recommander fortement aux établissements scolaires de diffuser du contenu d'ici (film, documentaire, musique) et ce, peu importe le type d'activités culturelles.
- Constituer des listes d'écoute de musique québécoise pour les activités scolaires, de même qu'une liste d'émissions télé et films pour la jeunesse à (re)découvrir.

9. Conclusion

L'indispensable tâche à laquelle votre Groupe de travail s'est attelé pourrait constituer un grand tournant dans notre industrie télévisuelle et cinématographique. Nous vous souhaitons d'avoir le courage des grands changements et de placer l'intérêt du peuple québécois et de sa culture au-delà de tout intérêt personnel des intervenants de ce milieu.

La grande réflexion que vous avez initiée nous amène inévitablement vers la question suivante : n'y a-t-il pas trop de productions ? N'est-il pas souhaitable d'entreprendre moins de projets, mais d'accorder le temps nécessaire à leur aboutissement optimal ? Envisager de produire moins, mais de produire mieux, et sur une plus longue période, permettrait d'améliorer la qualité du produit final et contribuerait à bonifier les conditions de travail. Cela nous apparaît comme étant une réflexion dont on ne pourra faire l'économie.

Dans la limite de nos budgets, pour atteindre les objectifs soumis au Groupe et espérer le rayonnement de nos œuvres, la juste répartition des ressources est la seule voie possible. L'originalité et l'inventivité se trouvent toujours là où on les attend le moins, sinon nous y aurions tous accès, tout le temps. Créer les conditions favorables à leur émergence implique un meilleur accès aux ressources pour tous. Un partage équitable entre les créatifs et les administratifs. Entre la relève et les vieux routiers. Entre les jeunes pousses et les grosses boîtes. Entre la technique et l'humain. Entre le diffuseur et le figurant.

ANNEXE 1 – LISTE DES RECOMMANDATIONS

RECOMMANDATION 1 – ATTRIBUTION DES FONDS PUBLICS

- À l’instar du cinéma, resserrer les critères d’attribution de fonds publics pour limiter le nombre de productions télévisuelles subventionnées annuellement pour une même compagnie et ainsi assurer un accès équitable au financement à plus de joueurs.
- Favoriser une accessibilité accrue à notre industrie pour la relève
- Initier un programme qui favorise le mentorat, pour élargir nos compétences à toutes les étapes de création et production

RECOMMANDATION 2 – QUE CHOISIR DE FINANCER ?

- Revoir les critères de financement des productions.
- Exclure le financement pour des produits de télé-réalité de concept étranger.

RECOMMANDATION 3 – DISTRIBUTION ET CIRCULATION DES FONDS PUBLICS – POUR UNE PLUS GRANDE TRANSPARENCE

- Mandater le vérificateur général du Québec à auditer les entreprises qui bénéficient de fonds publics et ainsi s’assurer d’une saine gestion des ressources financières dans l’industrie audiovisuelle québécoise.
- Créer, au MCCQ, un poste de « commissaire à l’industrie audiovisuelle », auquel les producteurs devraient se rapporter (lier les producteurs à l’état), et qui aurait le mandat de créer un code de déontologie pour la profession.
- Obliger les producteurs qui vendent à l’étranger une production financée avec des fonds publics et qui font du profit, d’en retourner une partie dans un fonds gouvernemental visant le financement de l’industrie et de la création.

RECOMMANDATION 4 – FINANCEMENT INTÉRIMAIRE

- Créer un fonds indépendant, pour assurer le financement intérimaire, soit avec des intérêts moins élevés qu’actuellement ou encore avec une garantie de réinvestissement dans l’audiovisuel. Penser à la Caisse de dépôt et placement du Québec ou un fonds de travailleurs. Les critères ESG de différents investisseurs incluent de plus en plus un critère de contribution à la culture nationale. Il serait judicieux que le Québec devienne un chef de file en ce sens.

RECOMMANDATION 5 – LA PLACE DES DIFFUSEURS : POUR UN MILIEU PLUS DÉMOCRATIQUE

- Commander un avis d’expert en concurrence pour avoir un positionnement clair sur la concurrence intérieure et comprendre les impacts sur l’écosystème lorsque des diffuseurs acquièrent des parts dans les boîtes de production.
- Légiférer afin d’interdire aux diffuseurs de posséder des parts dans les compagnies de production.
- Interdire aux diffuseurs l’accès aux crédits d’impôt pour les boîtes dans lesquelles ils ont des intérêts et dont les projets seront diffusés sur leurs propres plateformes.

RECOMMANDATION 6 – REVENUS PUBLICITAIRES ET MESURE DE L’AUDIENCE

- Que le gouvernement du Québec fasse des pressions auprès du gouvernement canadien pour qu’il modifie la Loi de l’impôt sur le revenu et que les dépenses publicitaires sur les grandes plateformes numériques ne soient plus déductibles d’impôt. Cela pourrait ramener une partie de la publicité sur les plateformes locales (canadiennes et québécoises).

RECOMMANDATION 7 – LE STAR-SYSTÈME QUÉBÉCOIS

- Limiter drastiquement l’ingérence des diffuseurs dans les décisions de création et le choix des interprètes.

RECOMMANDATION 8 – CADENCE DE TRAVAIL

- Ralentir la cadence de travail à toutes les étapes de réalisation des projets.
- Augmenter le temps alloué au développement des projets.
- Identifier rapidement le potentiel original d'un projet et lui accorder le temps et l'argent nécessaire à son déploiement.

RECOMMANDATION 9 - DE L'ARGENT NEUF : LA COPIE PRIVÉE

- Que le gouvernement du Québec instaure son propre régime de copie privée en ajoutant une taxe culturelle sur les appareils électroniques vendus au Québec afin d'augmenter les fonds disponibles pour nos productions musicales et audiovisuelles.

RECOMMANDATION 10 - DÉFENDRE LA SOUVERAINETÉ CULTURELLE

- Le MCCQ devrait assurément consulter des ingénieurs en IA, des experts indépendants (en dehors des compagnies comme KPMG, qui travaillent pour les géants du numérique), afin de se prémunir contre les effets destructeurs qui menaceront les cultures nationales comme la nôtre.

RECOMMANDATION 11 – DIFFUSION DU PATRIMOINE CULTUREL – PLATEFORME QUÉBEC

- Que toute production québécoise, financée à même les fonds publics soit diffusée sur une plateforme nationale après 5 ans.

RECOMMANDATION 12 – DIFFUSION DU PATRIMOINE CULTUREL – PLATEFORME UNIQUE

- Créer une plateforme unique rassemblant tous les diffuseurs d'ici, simplifiant l'abonnement pour les Québécois et respectant une saine compétition entre diffuseurs.
- Que tous les appareils intelligents (téléviseurs, dispositifs de diffusion en continu, tablettes, cellulaires, ordinateurs, etc.) vendus au Québec aient dans leur menu (ou dès la première mise à jour après leur ouverture) les applications donnant accès aux plateformes de diffusion québécoises.

RECOMMANDATION 13 – STIMULER L'EXPORTATION ET FAVORISER LE RAYONNEMENT INTERNATIONAL

- Qu'une délégation politique accompagne les producteurs pour la promotion et la vente de contenu à l'international

RECOMMANDATION 14 – ÉMISSIONS JEUNESSE ET ATTRACTIVITÉ DE NOTRE TÉLÉ ET DE NOTRE CINÉMA

- Qu'il y ait un investissement massif de la Banque d'investissement de la SODEC dans la production d'émissions jeunesse.
- Mise en place d'une stratégie basée sur le maillage culture-éducation-plateforme-visibilité afin de stimuler l'attractivité de nos contenus pour la jeunesse.
- Établir une stratégie de diffusion régionale et de promotion des contenues d'ici comprenant la tournée dans les établissements scolaires.
- Inciter la coproduction d'émissions jeunesse avec d'autres acteurs de la Francophonie, particulièrement les pays d'Afrique qui sont l'avenir du fait français dans le monde.

RECOMMANDATION 15 – LA CULTURE ET L'ÉCOLE

- Insister et recommander fortement aux établissements scolaires de diffuser du contenu d'ici (film, documentaire, musique) et ce, peu importe le type d'activités culturelles.
- Constituer des listes d'écoute de musique québécoise pour les activités scolaires, de même qu'une liste d'émissions télé et films pour la jeunesse à (re)découvrir.