

L'Avenir de l'Audiovisuel au Québec :

Analyses et Recommandations

Under The Milky Way

Jeudi 21 novembre 2024

Introduction

Ce document présente une analyse des enjeux et recommandations pour l'avenir de l'audiovisuel au Québec, organisée autour de quatre objectifs prioritaires :

- Diffusion et accessibilité des contenus
- Exportation et rayonnement international
- Promotion et marketing
- Production de contenus variés et émergence des talents

1. Diffusion et Accessibilité des Contenus

État des lieux

- Les plateformes de vidéo à la demande sont devenues la première source de consommation de contenu,
- Les canaux de diffusions traditionnels (salles, télévision) ont atteint leurs limites naturelles de marché (offre/demande),
- Les contraintes techniques de diffusion sont pratiquement inexistantes sur les plateformes numériques permettant ainsi une disponibilité théorique quasi-exhaustive de l'ensemble des films (disponibilité constante dans l'espace dans le temps),
- La consommation se concentre de plus en plus sur un nombre très limité de plateformes (Amazon, Google, Apple) au sein desquelles nous trouvons des boutiques transactionnelles accueillant potentiellement l'ensemble des films produits, ainsi que des « chaînes » proposant du contenu exclusif (Netflix, Disney+, etc.).

- Une distinction importante se dessine actuellement entre les plateformes et les « bouquets » de contenus: l'offre Apple TV+ désormais accessible via la plateforme Amazon aux US, Amazon Prime accessible via l'Apple TV, etc.
- On assiste en parallèle à une « plateformisation » des chaînes de télévision (BVOD); à l'instar de PBS sur Amazon aux US,
- Les streamers se mettent aussi à la TV (sports, jeux de télé réalité etc). Le marché devient d'avantage « flou » pour les films qui ne suivent pas un schéma traditionnel de ventes tous droits et de diffusion en salles. Cette confusion est ressentie par l'industrie et par les spectateurs,
- Les habitudes de consommation des contenus changent, avec YouTube et TikTok qui mènent la charge, faisant émerger la « creator economy ».

Recommandations

- Fortement encourager la disponibilité des œuvres québécoises dans les boutiques transactionnelles des principales plateformes (Apple, Amazon, Google) tant au Québec qu'à l'international,
- Permettre, si possible, le développement d'une organisation éditoriale cohérente au sein de ces plateformes en incitant les chaînes à diffuser du contenu québécois pour le marché local et pour le marché international,
- Mettre en place des aides à la diffusion numérique avec des incitatifs à la présence des contenus sur les plateformes majeures,

Vision à moyen et long terme

- Accepter et s'adapter à la concentration et la domination croissante des principales plateformes,
- Assurer la disponibilité des contenus québécois sur les plateformes majeures en transactionnel,
- Développer des circuits de promotions et prescriptions des films québécois (partant du principe que ceux-ci seront évidemment disponible à la vente/location sur les principales plateformes),

2. Exportation et Rayonnement International

État des lieux

- Manque de disponibilité à l'international du patrimoine cinématographique québécois, là où le numérique représente une réelle opportunité pour la disponibilité dans un premier temps, et leur découvrabilité ensuite,

Stratégie proposée

Le circuit de vente « tous-droits » est adapté seulement à un nombre très limités de films. La distribution internationale par ce biais s'avère lacunaire dans la plupart des cas.

Poursuivre un soutien de l'exportation traditionnelle privilégiant la vente de droits, tout en permettant le développement d'un circuit alternatif de distribution directe.

- Concentrer les efforts sur deux circuits de distribution :
 - o La distribution numérique,
 - o Le circuit des festivals.

Le festival assure une visibilité accrue et joue un rôle essentiel de prescription tandis que le numérique assure la disponibilité des œuvres pour le public.

Actions à court terme

- Renforcer un soutien à l'exportation,
- Encourager le développement et l'utilisation de solutions permettant une distribution numérique élargie, flexible et transparente,
- Introduire des incitatifs afin d'assurer la disponibilité en ligne sur les principaux marchés/platformes dans un court laps de temps,
- Fournir une aide à l'adaptation des contenus :
 - o Sous-titrage,
 - o Doublage (particulièrement pour l'animation),
 - o Adaptation du matériel promotionnel,
 - o Travaux d'encodage/livraison aux plateformes,
- Pour les nouveaux films : Coordonner les sorties numériques avec la présence en festivals des films et soutenir les délégations de talents pour en faire la promotion,
- Pour les films de catalogue : Coordonner des actions marketing/promotionnelles avec le soutien des circuits diplomatiques culturels du Québec à travers le monde,

Vision à moyen et long terme

- Être pionnier dans la diffusion simultanée sur les circuits numériques et festivaliers
 - o Aligner les sélections en festivals avec les sorties numériques sur les territoires concernés
 - o Profiter de la visibilité festivalière pour maximiser l'impact des sorties numériques
- Soutenir des entreprises de ventes internationales privilégiant une approche « service » axée sur les festivals et le numérique,
- Soutenir le développement de solutions permettant la traçabilité et le suivi « data » de la diffusion des films,

3. Promotion et Marketing

Encourager l'émergence d'une nouvelle approche innovante.

- Encourager l'émergence d'agences spécialisées de marketing film/talent,
- Concentrer les budgets au sein de ses agences; plutôt que chez les distributeurs,
- Intégrer la stratégie marketing dès la phase de production,
- Repenser l'utilisation des budgets promotionnels
 - o Orienter progressivement les budgets marketing vers la production et in fine vers les talents (comptes personnels sur les médias sociaux),
 - o Utilisation en continue dans un optique long terme/organique – en promouvant principalement les talents plutôt que le film,
 - o Accompagner les talents dans la gestion de leur présence en ligne,
 - o Permet de repenser les contrats des talents au sein d'une production.

Recommandations spécifiques

- Augmenter le financement pour le marketing et la promotion,
- Développer des campagnes marketing ciblées,
- Privilégier la promotion via les comptes des talents (réalisateurs, acteurs),
- Construire des audiences durables plutôt que des campagnes ponctuelles,
- Investir dans les outils d'analyse de données pour optimiser les stratégies marketing,

Vision à long terme

- Développer une stratégie marketing globale intégrant canaux traditionnels et numériques,
- Déplacer le focus marketing depuis la distribution vers la production,
- Promouvoir le développement d'agence sectorielle spécialisée,

4. Production et Émergence des Talents

Innovation dans le financement

- Développer des programmes de micro-budgets pour les créateurs émergents,
- S'inspirer du modèle Téléfilm Canada pour les jeunes créateurs,
- Soutenir particulièrement les créateurs numériques souhaitant faire la transition vers le cinéma,
- Soutenir particulièrement des projets « risqués » de talents cinéma confirmés,

Actions à court terme

- Soutenir les initiatives de films à micro-budget,
- Intégrer la production et les modèles de distribution numérique/festival mondiale pour ces projets,
- Organiser des ateliers de formation,
- Établir une subvention dédiée au développement de contenu numérique,

Vision à long terme

- Adopter des modèles de production privilégiant le numérique,
- Favoriser la convergence entre les industries du film et de la musique (dans ses modèles de production/diffusion et développement de talents),
- Soutenir les talents dans un monde numérique

Conclusion

L'avenir de l'audiovisuel québécois passe par une transformation numérique complète, de la production à la diffusion, tout en conservant les acquis du système traditionnel. L'accent doit être mis sur l'accessibilité mondiale des contenus et l'émergence de nouveaux talents adaptés aux réalités du marché numérique.