

STRATÉGIE QUÉBÉCOISE de l'audiovisuel 2026-2031

faire battre le cœur du Québec
sur nos écrans



La présente publication a été réalisée
par le ministère de la Culture et
des Communications.

Une version accessible du présent document
est en ligne sur le site [Web Québec.ca](http://WebQuébec.ca).

Tous droits réservés pour tous les pays.
© Gouvernement du Québec, 2026

Mot de la première ministre



Notre culture, c'est l'âme de notre nation

Notre télévision, nos films et les nouveaux formats Web occupent une place centrale dans la culture québécoise. À travers eux, nous racontons nos histoires, nous affirmons notre identité et nous faisons vivre notre langue, le français. Mais l'audiovisuel est aussi une véritable industrie, qui génère des emplois, qui stimule l'innovation et qui contribue activement à la vitalité économique du Québec.

Aujourd'hui, cette industrie traverse une période charnière de son histoire. Les transformations technologiques, l'essor des plateformes numériques, l'évolution rapide des habitudes de consommation et l'arrivée de l'intelligence artificielle bouleversent profondément ses modèles de création, de production et de diffusion. Pour demeurer forte, compétitive et capable de joindre les publics d'aujourd'hui et de demain, notre industrie audiovisuelle doit réussir son virage numérique.

Face à cette réalité, le gouvernement du Québec répond présent.

Avec la toute première Stratégie québécoise de l'audiovisuel en 30 ans, nous investissons 609,6 M\$ sur 5 ans afin d'accompagner cette transition et de donner à l'industrie les moyens de ses ambitions. Cet investissement majeur témoigne de notre volonté d'agir concrètement pour soutenir un secteur qui joue un rôle central, sur le plan tant culturel qu'économique.

En s'inspirant des recommandations du rapport *Souffler les braises* du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec, cette stratégie marque une étape importante dans la consolidation de notre souveraineté culturelle. Elle s'inscrit dans la continuité des actions entreprises par notre gouvernement pour adapter nos outils aux réalités contemporaines, notamment avec la *Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique* et la modernisation de la *Loi sur la Société de développement des entreprises culturelles*.

Dans un contexte où les contenus étrangers occupent une place grandissante sur nos écrans, il est essentiel que le Québec continue de produire ses propres œuvres, de former ses talents et d'assurer la présence de contenus qui reflètent notre réalité, notre langue et notre imaginaire collectif. Ces mesures sont également essentielles pour permettre à nos jeunes de demeurer en contact avec leur culture, en leur offrant des productions audiovisuelles qui leur ressemblent et qui font rayonner notre identité dans l'univers numérique.

Soutenir l'audiovisuel québécois, c'est s'affirmer en racontant haut et fort qui nous sommes. C'est aussi propulser notre économie, en soutenant les efforts d'une industrie forte, innovante et résiliente, capable de se transformer pour répondre aux défis de son époque.

L'adaptation de notre culture à l'univers numérique exige une vision à long terme. Avec cette stratégie, notre gouvernement pose les éléments fondamentaux pour que les Québécoises et Québécois puissent encore longtemps se voir et se reconnaître à l'écran.

Pour que les Québécoises et Québécois transmettent avec succès leur culture à leurs enfants.

Pour que la culture québécoise perdure et rayonne encore pendant des siècles.

Longue vie au Québec, et longue vie à la culture québécoise!

Christine Fréchette
Première ministre

Mot du ministre



Créer le prochain chapitre de l'histoire de la culture québécoise

Le secteur audiovisuel québécois est aujourd'hui à un moment charnière de son histoire. La montée en puissance des plateformes numériques, la transformation des habitudes de consommation, l'omniprésence des algorithmes et la pression croissante sur les modèles traditionnels de financement bouleversent profondément notre capacité à produire, à diffuser et à faire rayonner des œuvres qui nous ressemblent. Face à cette réalité, il devenait impératif d'agir.

C'est dans cet esprit que j'ai mandaté, en 2024, le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec afin qu'il consulte le milieu, qu'il pose un diagnostic clair et qu'il propose des solutions concrètes pour assurer l'avenir de notre industrie. Son rapport, *Souffler les brises*, déposé en septembre 2025, nous indique clairement les voies à emprunter pour nous assurer que l'industrie audiovisuelle réussisse son virage numérique.

Aujourd'hui, le gouvernement du Québec répond à cet appel en mettant au point la toute première Stratégie québécoise de l'audiovisuel en 30 ans, un geste fort pour accompagner notre industrie dans sa transformation et assurer sa pérennité.

Elle repose sur quatre grands axes.

D'abord, affirmer notre identité nationale sur nos écrans et les plateformes qui exercent des activités sur notre territoire. Dans un monde où les contenus circulent sans frontières, le Québec doit assurer la découvrabilité de ses œuvres et il doit mettre de l'avant ses propres récits, sa langue et son imaginaire.

Ensuite, joindre les publics, et particulièrement la jeunesse québécoise, là où ils sont. Les jeunes consomment aujourd'hui la culture sur des appareils connectés, les réseaux et les plateformes numériques. Notre responsabilité est de nous adapter à ces usages pour que la culture québécoise continue d'habiter leur quotidien.

Le troisième axe vise à renforcer l'industrie audiovisuelle québécoise, la qualité de ses productions et le rayonnement de ses œuvres, ici comme à l'international. Une culture forte exige une industrie forte, capable d'innover, de produire et d'exceller.

Enfin, cette stratégie vise à susciter un nouvel élan dans notre industrie en soutenant davantage la créativité et l'expérimentation. Parce que les récits de demain demanderont de nouveaux formats, de nouvelles approches et une capacité renouvelée d'innover.

Cette stratégie est résolument multiplateforme, axée sur la créativité et tournée vers l'avenir. Elle donne également un mandat clair à nos sociétés d'État : joindre la jeunesse québécoise et contribuer activement à la construction de son imaginaire culturel. C'est pour elle que nous devons créer un nouveau chapitre de l'histoire de la culture québécoise.

À Télé-Québec, en particulier, la Stratégie donne à la fois de nouveaux moyens et un nouveau mandat : passer d'une télévision linéaire généraliste à un média multiplateforme capable de joindre non seulement les enfants, mais aussi les adolescents et les jeunes adultes.

Combinée aux gestes structurants que nous avons déjà posés (en matière de souveraineté culturelle, de découvrabilité, par la modernisation de la SODEC et le renforcement du CALQ), cette stratégie complète l'architecture institutionnelle avec laquelle, j'en suis certain, notre culture réussira à faire battre le cœur du Québec sur nos écrans.

Mathieu Lacombe
Ministre de la Culture et des Communications

La présente Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 : faire battre le cœur du Québec sur nos écrans reconnaît la richesse et la pluralité des identités, des cultures et des réalités. Elle reconnaît la diversité de nos régions et de nos communautés et s'adresse à toutes les personnes qui y habitent.

Table des matières

Introduction	1
Vision 2026-2031	4
Objectifs généraux	6
Principes directeurs	8
Cadre budgétaire	10
Axes	13
Axe 1 : Une identité affirmée, des publics engagés	15
Axe 2 : Être là où les publics se trouvent	27
Axe 3 : Une présence forte ici et ailleurs	33
Axe 4 : Un écosystème solide, moderne et mobilisé	37
Déploiement	48
Gouvernance	53
Conclusion	55
Annexe	57



Introduction

L'audiovisuel, vecteur de notre culture et de nos identités

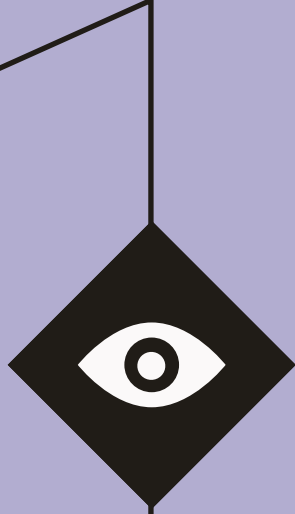
Un rôle central à consolider dans un contexte en profonde mutation

Au cours de la dernière décennie, le secteur de l'audiovisuel a connu d'importants bouleversements. Les façons de concevoir, de produire, de distribuer, de diffuser et de consommer les contenus culturels ont évolué très rapidement. L'accessibilité accrue aux technologies, ajoutée à la multiplication des plateformes numériques et à l'émergence de l'intelligence artificielle, a contribué à intensifier la concurrence, fragilisant ainsi les modèles de diffusion traditionnels.

Devant cette situation préoccupante, le ministre de la Culture et des Communications mettait sur pied, en juin 2024, le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec. Ce groupe d'expertes et experts, coprésidé par madame Monique Simard et monsieur Philippe Lamarre, avait comme mandat de proposer des actions concrètes pour assurer la pérennité et la vitalité de l'industrie. Intitulé [Souffler les braises : raviver le feu de notre culture et transmettre la flamme](#), le rapport déposé en septembre 2025 se portait en faveur du déploiement d'une stratégie nationale de l'audiovisuel au Québec.

La présente Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 : faire battre le cœur du Québec sur nos écrans s'inscrit donc dans une volonté commune du milieu de l'audiovisuel et du gouvernement du Québec de déployer des moyens efficaces pour faire face aux profondes transformations de cette industrie ainsi qu'aux défis de financement et de visibilité des contenus audiovisuels d'ici qui en découlent.

Depuis des années, la production québécoise de contenus destinés aux jeunes est en baisse, alors que, paradoxalement, leur consommation n'a jamais été aussi importante. Jouant un rôle significatif dans le raffermissement du sentiment d'appartenance d'une société à son histoire, à sa culture, à ses valeurs et à son identité, l'audiovisuel québécois doit reprendre sa place dans le cœur et l'imaginaire des jeunes générations. C'est pourquoi la Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031, développée en 4 axes, veut assurer non seulement un avenir prometteur à l'industrie, mais aussi un rétablissement de liens solides entre la population québécoise et ses contenus audiovisuels. Combinée à d'autres leviers déjà en place, tels que la *Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec et édictant la Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique*, adoptée en décembre 2025, la Stratégie démontre la volonté ferme du Québec d'utiliser tous les moyens à sa disposition pour affirmer sa souveraineté culturelle, afin de soutenir, de promouvoir et d'exporter sa culture.



Vision 2026-2031



La production audiovisuelle québécoise doit être un moteur de création originale et d'innovation, en phase avec les publics, notamment les jeunes générations; elle continuera ainsi à faire rayonner nos histoires, à créer de liens et à nourrir la fierté collective.

Comme le soulignait le rapport du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel, ce secteur ne se limite pas à raconter nos histoires : il pèse lourd dans l'économie et génère des retombées significatives pour l'ensemble de la société.

La Stratégie s'appuie donc sur la conviction que l'audiovisuel est à la fois un **socle identitaire** et un **levier économique**, et que la jeunesse doit être au cœur de la vitalité et de la transmission de notre culture



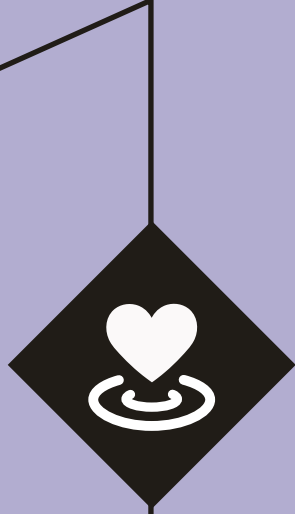
objectifs généraux



La Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 poursuit 4 grands objectifs :

- renforcer le lien avec les publics, et prioritairement les jeunes générations, avec des contenus qui leur parlent et qui reflètent leur réalité;
- adapter l'offre et nos façons de faire aux nouvelles pratiques d'écoute;
- affirmer la souveraineté culturelle du Québec en modernisant nos leviers actuels et en faisant du média public, Télé-Québec, un moteur plus puissant de rayonnement culturel;
- assurer la pérennité, l'adaptabilité et la vitalité économique du secteur.

Elle vise à garantir que le Québec continue de créer, de produire, de diffuser et de faire apprécier ses histoires ici et à l'international.



Principes directeurs



La Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 repose sur 5 principes directeurs qui ont guidé son élaboration et qui structurent sa mise en œuvre. Ces principes définissent les intentions prioritaires du gouvernement du Québec pour mobiliser l'ensemble du secteur.

Souveraineté culturelle

Accroître la capacité du Québec à produire, à diffuser et à exporter ses contenus francophones, en utilisant tous les leviers à sa disposition : institutionnels, financiers, législatifs et réglementaires.

Priorité à la jeunesse

Consacrer une part significative des ressources à la création, à la production et à la diffusion de contenus pour les jeunes, en favorisant leur participation active et en s'assurant de les joindre là où elles et ils sont, notamment à l'école, dans l'environnement numérique et les salles de cinéma.

Accès aux œuvres et découvrabilité

Garantir un accès élargi et pérenne aux œuvres financées par les organismes publics et rendre les contenus québécois visibles et attractifs sur toutes les plateformes.

Diversité des contenus et des formats

Soutenir l'expérimentation, l'innovation et l'éclatement des genres et des formats ainsi que valoriser la richesse de la diversité de nos récits, de notre peuple et de notre territoire.

Concertation et complémentarité

Favoriser, en s'appuyant sur la diversité des forces et des expertises, la collaboration entre tous les acteurs du secteur (créatrices et créateurs, artisanes et artisans, productrices et producteurs, distributeurs, diffuseurs, exploitants, travailleuses et travailleurs culturels, associations professionnelles, syndicats, institutions publiques et privées) afin de faire front commun.



Cadre budgétaire



Une enveloppe globale de 609,6 M\$ sur 5 ans

Le gouvernement du Québec prévoit une enveloppe globale de 609,6 M\$, dont 240,6 M\$ dès la première phase, afin de soutenir la mise en œuvre de la Stratégie, au cours des exercices financiers des 5 prochaines années. Ce budget traduit un engagement soutenu de l'État envers le secteur de l'audiovisuel, dans un contexte d'adaptation et de transformation de l'écosystème.

La ventilation budgétaire est volontairement présentée de manière globale pour permettre une utilisation agile des sommes d'argent, en cohérence avec les orientations stratégiques et en réponse aux transformations rapides de l'écosystème audiovisuel.

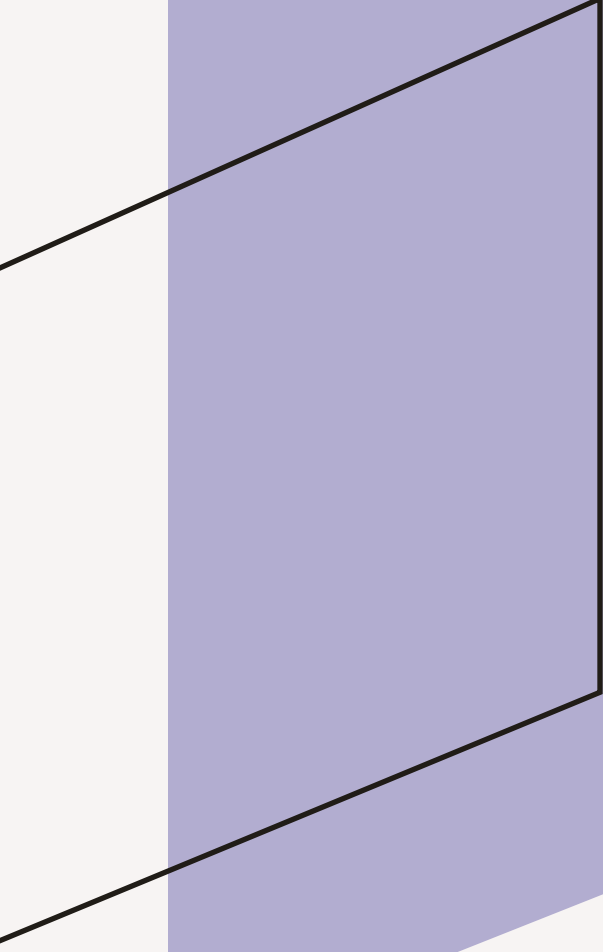


Cadre budgétaire de la première phase (2026-2028)





Axe	Investissement de la première phase
Une identité affirmée, des publics engagés¹	104,2 M\$
Être là où les publics se trouvent	19,2 M\$
Une présence forte ici et ailleurs	9,2 M\$
Un écosystème solide, moderne et mobilisé	108,0 M\$
TOTAL	240,6 M\$

¹ Les dépenses fiscales sont incluses dans l'axe 1.

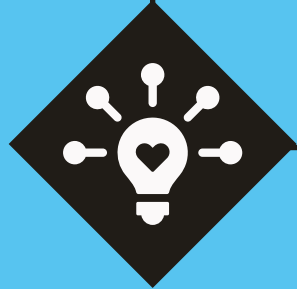
AXES



La Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 s'articule autour de 4 axes d'intervention qui traduisent les ambitions poursuivies :

- 
Axe 1 : Une identité affirmée, des publics engagés
- 
Axe 2 : Être là où les publics se trouvent
- 
Axe 3 : Une présence forte ici et ailleurs
- 
Axe 4 : Un écosystème solide, moderne et mobilisé

Chaque axe traduit une approche qui conjugue à la fois la nécessité de poser des gestes immédiats et la volonté d'adapter en profondeur notre système actuel. Le déploiement de cette stratégie sera structuré en deux phases, conciliant des actions immédiates et la préparation de l'évolution du cadre d'intervention pour les années suivantes.



AXE 1

Une identité
affirmée,
des publics
engagés



L'axe 1 vise à solidifier la relation entre la population québécoise et les œuvres audiovisuelles d'ici en plaçant l'identité collective au cœur de la démarche stratégique : des contenus qui parlent du Québec, de sa culture, de ses habitantes et habitants, de son territoire, qui créent des références communes grâce à des écritures audacieuses et des formats adaptés aux usages numériques.

Ainsi, il faut soutenir la créativité qui fait la fierté de notre industrie et la spécificité de notre culture en donnant aux milieux de la création, de la production, de la distribution et de la diffusion toute la latitude nécessaire pour utiliser librement les codes et les formats actuels de diffusion et de consommation. Au cœur de cet effort, la jeunesse constitue une préoccupation majeure : les actions doivent être pensées pour faire participer, intéresser et fidéliser les jeunes générations.

L'axe 1 vise à atteindre trois objectifs :

- 1.1 stimuler la création et la production d'une diversité de contenus et de formats, en misant sur l'éclatement des genres et l'adaptation aux usages numériques;
- 1.2 enrichir l'offre destinée aux jeunes pour que celle-ci soit plus attractive et en adéquation avec leurs besoins;
- 1.3 renforcer la compétitivité des productions.



1.1 Stimuler la création et la production d'une diversité de contenus et de formats, en misant sur l'éclatement des genres et l'adaptation aux usages numériques

L'augmentation du financement public en audiovisuel constitue un levier important de la Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031. Télé-Québec jouera un rôle majeur dans le déploiement de la présente Stratégie à titre de diffuseur incontournable de contenus culturels québécois. Cette ambition se traduira par une transformation de ses stratégies éditoriales, combinant un recentrage des priorités vers les 0 à 17 ans, et le maintien d'une offre forte au grand public, ancrée dans la culture, les affaires publiques et les grands enjeux de société. Pour permettre au diffuseur public d'atteindre cette ambition, le budget qui lui est octroyé sera significativement augmenté au cours des prochaines années dans le but d'accroître sa capacité de déclenchement de productions originales.



Évolution de la stratégie éditoriale de Télé-Québec

ACTUELLEMENT

Vision : Pour vous. Partout.
Télé-Québec enrichit le Québec d'expériences créatives, sources d'épanouissement.



FAÇONNER DEMAIN

Télé-Québec passe d'un diffuseur à un média vivant, qui se positionne comme un catalyseur culturel et numérique de la jeunesse québécoise et avec lequel nous construisons, ensemble, notre identité de demain.





Parallèlement, les crédits de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) affectés à l'audiovisuel seront consolidés pour lui permettre d'accroître son rôle de soutien aux entreprises d'ici et de favoriser davantage l'expérimentation et le développement de nouvelles formes narratives. Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) bénéficiera également de sommes supplémentaires qui seront notamment allouées aux scénaristes indépendantes et indépendants qui contribuent au renouvellement des différentes formes d'écriture, ainsi qu'aux organismes artistiques du secteur du cinéma et de la vidéo. Ces financements permettront d'encourager davantage de projets et d'augmenter le soutien aux artistes, aux créatrices et créateurs ainsi qu'aux entreprises du secteur.

La Stratégie donnera une plus grande place aux créatrices et créateurs de contenus numériques des secteurs culturels et artistiques qui diffusent sur toutes les plateformes (sites Web, médias sociaux, applications). Le ministère de la Culture et des Communications et les sociétés d'État actives dans le secteur de l'audiovisuel mettront en œuvre des actions concertées dans le but d'appuyer la structuration de ce nouvel écosystème élargi, de favoriser l'entrepreneuriat au sein du secteur de l'audiovisuel et de soutenir le développement des talents artistiques. Télé-Québec, par sa nouvelle stratégie éditoriale, contribuera à stimuler la production et le rayonnement de ces contenus numériques en faisant une place à ces créatrices et créateurs dans son offre.



La Stratégie souhaite miser sur le développement et l'exploitation de propriétés intellectuelles québécoises fortes et ambitieuses pour renforcer l'attachement aux histoires qui façonnent notre identité. La SODEC élargira, pour ce faire, l'admissibilité de son programme d'aide au développement aux entreprises de production indépendante et entamera une réflexion sur l'intégration de nouveaux genres admissibles (par exemple, la télé-réalité et les formats numériques), dans l'objectif de stimuler l'audace, la diversité des voix et la concurrence. De plus, afin de prolonger l'expérience de ces œuvres et de stimuler la création de déclinaisons multiples d'une même œuvre (arts de la scène, expositions, livres, émissions, etc.), la SODEC et le CALQ, dans une logique de complémentarité et le respect de leurs mandats respectifs, proposeront des incitatifs, de nouveaux programmes et des appels de projets. Ces mesures visent à mieux promouvoir les propriétés intellectuelles, à renforcer la chaîne de valeur et à accroître la visibilité de la création originale québécoise. Cela permettra de faciliter l'adaptation d'œuvres à l'écran, d'une part, et de permettre aux succès audiovisuels de poursuivre leur vie au-delà de l'écran, d'autre part.

La musique québécoise fera l'objet d'une attention accrue pour encourager son intégration dans les productions d'ici. La SODEC souhaite favoriser la collaboration entre le milieu de la musique et celui de l'audiovisuel, dans une perspective de rapprochement des talents créatifs de ces deux secteurs. Elle prévoit également poursuivre la consolidation des incitatifs existants et examiner la possibilité d'en offrir de nouveaux.



Les leviers fiscaux

Annoncés lors du budget 2026-2027, les changements suivants permettront de soutenir rapidement la création et la production de contenus diversifiés, incluant les contenus d'information, dans des durées et des formats variés :

- ◆ retrait des restrictions concernant les formats et les durées dans l'application du crédit d'impôt remboursable pour les productions cinématographiques ou télévisuelles québécoises;
- ◆ ajout du financement provenant du Bureau de l'écran autochtone à la liste des montants d'aide prescrits et non réducteurs pour l'application du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise;
- ◆ élargissement à l'audio et à la vidéo du crédit d'impôt pour soutenir la presse d'information écrite afin de devenir le crédit d'impôt pour les médias d'information québécois.

Une réflexion plus large a aussi été annoncée pour moderniser les mesures fiscales offertes aux entreprises de production audiovisuelle québécoises et étrangères. Ce chantier sera mené par le ministère des Finances, en partenariat avec le ministère de la Culture et des Communications, les principaux partenaires culturels gouvernementaux et les acteurs du milieu. Les travaux porteront sur la révision du régime fiscal pour la production cinématographique et télévisuelle, tant locale qu'étrangère, dans l'objectif de le recentrer sur les producteurs québécois, de le simplifier et de l'arrimer aux pratiques et besoins de l'industrie.



Miser sur la diversité de nos identités et de notre territoire

Pour refléter le Québec d'aujourd'hui et la richesse de sa diversité culturelle et territoriale, l'ensemble des acteurs de l'industrie doit s'assurer de poursuivre les efforts sur ce plan. Télé-Québec, qui présente déjà une diversité de contenus, de formats et de regards qui témoignent de la pluralité des réalités québécoises, entend explorer d'autres avenues, particulièrement du côté des affaires publiques, pour intéresser encore plus les publics aux débats et aux enjeux qui les concernent. Les créatrices, créateurs, productrices et producteurs de contenus numériques présents dans les différentes régions du Québec seront d'ailleurs invités à contribuer au renouveau de la programmation du diffuseur public, enrichissant ainsi la diversité des voix mises de l'avant. La Stratégie prévoit également d'autres mesures pour la SODEC et le CALQ visant à stimuler la production en région et à renforcer le maillage entre les acteurs culturels. La SODEC mise notamment sur le renforcement de ses liens avec l'écosystème de soutien à l'entrepreneuriat en région et le CALQ entend contribuer à la consolidation de pôles audiovisuels régionaux, afin d'accroître l'appui et l'accompagnement offerts aux artistes vivant en région.

Les productions autochtones continueront d'enrichir le paysage audiovisuel québécois, notamment grâce à la collaboration entre le Bureau de l'écran autochtone et la SODEC. L'objectif est de soutenir davantage la production audiovisuelle autochtone, en partenariat étroit avec les Premières Nations et les Inuit. Télé-Québec prévoit d'ailleurs encourager davantage les projets en provenance des productrices et producteurs ainsi que des créatrices et créateurs issus des communautés culturelles et autochtones.



1.2 Enrichir l'offre destinée aux jeunes pour que celle-ci soit plus attractive et en adéquation avec leurs besoins

Pour répondre aux attentes des jeunes publics et accroître leur attachement aux contenus d'ici, la Stratégie mise sur une offre renouvelée, ambitieuse et pleinement ancrée dans leurs pratiques de consommation.

Alliée de toujours des jeunes, Télé-Québec redéfinit sa position éditoriale en faisant de la jeunesse sa priorité stratégique et du numérique, son principal levier d'action. Le diffuseur public entend renforcer sa place unique dans le paysage québécois en ciblant prioritairement les jeunes de 9 à 17 ans. Les tout-petits demeurent au cœur de sa mission : elles et ils continueront de bénéficier d'une offre sur mesure, dans un environnement de confiance propice à l'éveil de leur curiosité et à un divertissement de qualité. En développant et en diffusant des contenus faits par et pour les jeunes, Télé-Québec souhaite bâtir un continuum générationnel qui consolidera dès l'enfance un lien significatif avec la culture québécoise et qui l'approfondira à l'adolescence. Avec l'appui de la SODEC, le média public entend également soutenir davantage la création de projets jeunesse à grande portée afin de bâtir de véritables « marques » capables de rassembler et de fidéliser les jeunes.



Télé-Québec souhaite proposer à ses différents publics des contenus qui innovent, tant dans leur forme que dans les sujets abordés, et compte pour ce faire s'appuyer sur ses espaces de création ainsi que sur des incubateurs et des accélérateurs d'innovation. Elle y examinera les possibilités offertes par les nouvelles technologies dans la création d'expériences génératrices d'engagements, telles que des contenus en direct participatifs, des documentaires interactifs et des contenus cocréés avec la communauté. Le média public souhaite agir comme un moteur d'innovation médiatique en mobilisant ses partenaires pour imaginer des initiatives qui permettront d'établir une relation durable entre Télé-Québec et ses publics, en particulier, les jeunes.

La SODEC entend pour sa part bonifier ses interventions en matière d'initiatives innovantes et accroître le recours aux appels de projets, afin de stimuler la création et la production de genres et de formats privilégiés par les jeunes, tels que les balados et les contenus culturels numériques de format court. De plus, dans une volonté d'affirmer la souveraineté culturelle québécoise et de stimuler la production cinématographique jeunesse, des collaborations renforcées entre les sociétés d'État permettront de financer des films dans des délais plus courts, favorisant ainsi l'émergence rapide d'œuvres destinées au jeune public.



1.3 Renforcer la compétitivité des productions

Capter l'attention du public québécois et faire sa marque à travers le flot grandissant de contenus disponibles en provenance de l'étranger constituent des défis de tous les instants pour les productions québécoises. Cela leur exige d'être en mesure de rivaliser avec des contenus disposant de budgets nettement plus élevés². Cette situation accroît la pression sur l'écosystème local qui doit maintenir des standards techniques et artistiques comparables, malgré des moyens beaucoup plus limités.

Pour s'assurer que les œuvres québécoises se distinguent par leur qualité artistique, technique et narrative dans une offre hautement concurrentielle, la SODEC établira un nouveau programme d'aide aux séries télévisuelles visant à bonifier les budgets de production. Cela permettra aux créatrices et créateurs ainsi qu'aux productrices et producteurs d'ici de soutenir davantage la concurrence avec les productions internationales sur le marché québécois et à l'étranger, tout en mettant en valeur la singularité de notre identité culturelle. Cette mesure, établie sur la base d'un budget horaire minimal de production et d'un seuil minimal de licence, vise à mieux soutenir les projets de propriété intellectuelle québécoise et particulièrement les projets où le diffuseur n'a aucun lien de propriété avec la société de production.

2 Le budget moyen d'une série de fiction de langue française au Canada est de 595 000 \$ par épisode, contre 2 471 000 \$ pour une production de langue anglaise (moyenne des 5 dernières années, 2020-2025, source : FMC). En France, le budget moyen d'une série de fiction est de 2 148 000 \$ par épisode (1,346 M€, source : CNC). Netflix affirme que ses productions de fiction bénéficient de budgets allant de 5 M\$ à 10 M\$ par épisode.



L'axe 1 permettra de présenter au public québécois une offre renouvelée plus attractive, en particulier pour les jeunes. Il permettra aussi de soutenir la qualité et la compétitivité des œuvres, ainsi que le développement d'un bassin de talents en mesure d'innover et de surprendre. À terme, l'intérêt du public pour des contenus d'ici sera redoublé, favorisant ainsi son attachement durable envers la production audiovisuelle québécoise.



AXE 2

Être là où les publics se trouvent



La Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 vise à rendre partout présents, visibles et accessibles les contenus d'ici : dans les espaces numériques, sur les écrans traditionnels et dans le parcours éducatif des jeunes. Elle a aussi pour objectif d'assurer la vitalité des lieux de diffusion et des plateformes locales, pour que ces lieux et plateformes demeurent des vitrines attrayantes de notre culture et de nos créatrices et créateurs. Pour qu'elles et ils puissent construire leur imaginaire et s'ancrer dans une identité collective, les jeunes doivent avoir accès, dès leur plus jeune âge, à des contenus québécois riches et diversifiés. Cette transmission ne s'arrête pas là : elle vise aussi la préservation et la valorisation de notre patrimoine audiovisuel, pour en assurer la pérennité et l'accessibilité pour les générations actuelles et futures.

L'axe 2 vise à atteindre deux objectifs :

2.1 assurer une présence forte et continue des contenus sur les plateformes et dans les lieux de diffusion;

2.2 garantir un accès durable aux œuvres de notre patrimoine audiovisuel.



2.1 Assurer une présence forte et continue des contenus sur les plateformes et dans les lieux de diffusion

Télé-Québec jouera un rôle important dans l'accès aux contenus d'ici et pourra déployer, grâce à l'accélération de sa transition numérique, une stratégie de diffusion en adéquation avec les habitudes de consommation actuelles. Elle s'assurera de la présence de son application et de ses contenus sur les téléviseurs connectés, les chaînes numériques en continu et les plateformes de partage vidéo. Elle verra également à renforcer ses partenariats avec d'autres diffuseurs francophones publics, ici et à l'international, pour élargir sa portée.

Le média public peaufinera également sa stratégie d'acquisition d'œuvres cinématographiques québécoises afin de donner un accès à un plus grand nombre de films sur sa plateforme, notamment par l'acquisition d'œuvres restaurées issues du patrimoine cinématographique. Dans le même ordre d'idées, le CALQ explorera de nouveaux mécanismes facilitant l'accès aux œuvres qu'il finance, afin qu'une large part de la population puisse découvrir la richesse de nos créations.

Le Québec dispose d'un riche bagage de productions cinématographiques et télévisuelles, constitué au fil des années, qui témoignent de sa vitalité culturelle et de son identité. Même si ces œuvres font l'objet de mécanismes prescrits pour leur conservation et leur sauvegarde, en vertu du *Règlement sur le dépôt légal des films* (RLRQ, chapitre B-1.2, r. 2) de la *Loi sur Bibliothèque et Archives nationales du Québec* (RLRQ, chapitre B-1.2), ces mécanismes visent avant tout la préservation et la conservation des supports et ne prévoient pas de copies de diffusion pour le grand public.



La capacité des œuvres à joindre les citoyennes et citoyens demeure ainsi souvent circonscrite aux premières diffusions télévisuelles ou dans les salles. Une fois que cette exposition est passée, plusieurs contenus deviennent difficilement accessibles, voire inaccessibles, ce qui limite l'accès des citoyennes et citoyens à leur patrimoine audiovisuel.

Cette situation soulève des problèmes importants quant à l'accès à long terme aux contenus créés ici, dont une part significative du financement est publique. Dans un contexte de transformation des usages, où les jeunes générations découvrent les contenus principalement par l'entremise de l'environnement numérique, le cadre entourant la mise en marché des contenus, de la distribution initiale à la distribution pérenne et à la libération des droits de diffusion et de distribution, non commerciale et commerciale, mérite d'être repensé. Le gouvernement du Québec entreprendra un important chantier visant les droits de distribution et de diffusion qui concernent l'exploitation des œuvres produites ici, afin de favoriser leur accessibilité sur une plus longue période. L'ensemble des acteurs du secteur sera mis à contribution pour faire évoluer les pratiques actuelles et permettre un meilleur accès aux contenus.

Toutes ces actions s'inscrivent en continuité avec la *Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec et édictant la Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique* (2025, chapitre 38), sanctionnée en décembre 2025, qui viendra également améliorer la visibilité des contenus d'ici sur les écrans connectés.

De plus et parce que rien n'égale l'expérience du cinéma dans les salles, les cinéphiles pourront compter sur un réseau de salles revitalisé, grâce au soutien à la rénovation d'infrastructures et à la mise à niveau des équipements, rendant ainsi cette expérience en personne plus attrayante.



Favoriser dès l'enfance le contact avec les œuvres d'ici

Afin de favoriser un contact précoce et soutenu avec les contenus culturels francophones d'ici, le ministère de la Culture et des Communications entend déployer des efforts structurants qui viseront à accroître à la fois l'offre et la découvrabilité des œuvres cinématographiques et audiovisuelles québécoises dans les milieux scolaire, extrascolaire et périscolaire, notamment par un soutien à des projets d'éducation à l'image.

Pour que les jeunes développent le plus tôt possible une relation avec les contenus d'ici, Télé-Québec, en plus de son offre renouvelée, continuera de miser sur sa plateforme *Télé-Québec en classe* et élargira son offre pédagogique multiformat pour y inclure une trousse pédagogique d'éducation aux médias permettant aux enseignantes et enseignants de guider les jeunes dans le développement de leur sens critique face aux contenus qu'elles et ils consomment.

La Stratégie soutiendra également la mise en œuvre d'un projet visant à assurer un meilleur accès aux œuvres cinématographiques de notre patrimoine. Un corpus de 100 films québécois sera rendu accessible pour le personnel enseignant du primaire, du secondaire et du collégial, sur la plateforme *Télé-Québec en classe*, permettant ainsi à ces œuvres d'être appréciées par le jeune public.

De plus, le gouvernement du Québec prévoit intégrer les œuvres audiovisuelles québécoises dans le futur programme de français, langue d'enseignement, du primaire et du secondaire, à la série des expériences culturelles susceptibles d'être proposées aux élèves.



2.2 Garantir un accès durable aux œuvres de notre patrimoine audiovisuel

La richesse du patrimoine audiovisuel québécois, constituée au fil des décennies, repose sur la capacité collective à en assurer la préservation à long terme et à en soutenir l'accès de manière durable. Dans la continuité des orientations visant à améliorer la circulation et l'accessibilité des œuvres créées ici, la Stratégie prévoit la poursuite et l'intensification des actions en matière de préservation numérique active, condition essentielle à la pérennité et à l'accessibilité du patrimoine audiovisuel. Bibliothèque et Archives nationales du Québec et la Cinémathèque québécoise joueront un rôle central à ce sujet et bénéficieront de moyens supplémentaires pour assurer la conservation du patrimoine audiovisuel du Québec. Le *Règlement sur le dépôt légal des films* constituant un outil central de pérennisation des productions audiovisuelles, des travaux seront amorcés pour y apporter des modifications législatives et réglementaires et en faciliter l'application.

L'axe 2 permettra une présence forte et continue des contenus québécois sur tous les écrans et plateformes, assurant leur visibilité et leur accessibilité. Un plus grand nombre de jeunes seront exposés et exposées, dès leur enfance, à des œuvres d'ici, favorisant ainsi un lien durable avec la culture québécoise et, en parallèle, préservant et valorisant un patrimoine audiovisuel, accessible aux publics d'aujourd'hui et de demain.



AXE 3

Une présence forte ici et ailleurs



Pour que notre culture et notre savoir-faire rayonnent ici et au-delà de nos frontières, il faut s'assurer que les contenus québécois se démarquent et circulent largement, tant au Québec et au Canada qu'à l'international. L'axe 3 vise à intensifier la promotion et soutenir la mise en marché de nos œuvres pour que celles-ci trouvent leur public, ici et ailleurs. Il vise également à continuer d'offrir à nos talents des occasions concrètes de collaborer et de travailler avec des productrices, des producteurs, des créatrices et des créateurs de partout dans le monde.

L'axe 3 vise à atteindre un objectif :

3.1 accroître la visibilité des contenus.



3.1 Accroître la visibilité des contenus

Dans un environnement marqué par l'abondance de contenus et la diversité des offres disponibles, la promotion et la mise en marché des contenus québécois constituent des outils essentiels de leur rayonnement. Elles sont d'autant plus nécessaires que ces œuvres résultent d'un effort collectif auquel la population contribue, et il est primordial de s'assurer que ces contenus sont vus, découverts et choisis par les publics. C'est la raison pour laquelle la présente Stratégie prévoit des sommes supplémentaires qui permettront de soutenir davantage les initiatives de promotion et de mise en marché ici et à l'étranger. La Stratégie mise également sur la présence de nos œuvres dans les événements culturels et les festivals de cinéma qui rassemblent des professionnelles et professionnels du monde entier, autant de lieux de rencontre où se nouent des partenariats, où se construit la visibilité et où les productions d'ici trouvent leur public. Les organisations et les équipes qui les font vivre pourront compter sur un appui plus structuré et plus prévisible, tant en matière de financement que de reddition de comptes.

TV5 Québec Canada est l'une des vitrines les plus importantes dans la francophonie, avec son partenaire TV5 Monde qui joint plus de 430 millions de foyers, répartis dans plus de 200 pays et territoires, et sa plateforme où sont visionnées plus de 54 millions de vidéos chaque mois. Le budget octroyé annuellement au partenariat TV5 sera augmenté pour assurer la continuité de ses activités et faire en sorte que l'organisation puisse poursuivre à l'international sa mission de rayonnement des contenus produits ici.



Pour augmenter le rayonnement des contenus audiovisuels québécois sur la scène internationale, d'autres leviers seront activés. Il est prévu, par exemple, de s'appuyer davantage sur le réseau des attachées culturelles et attachés culturels, répartis dans les représentations du Québec à l'étranger, afin de faciliter la réalisation d'initiatives ciblées. Pour promouvoir davantage notre savoir-faire et développer des productions d'envergure internationale, la SODEC multipliera ses initiatives bilatérales visant à conclure des ententes de coproduction avec des sociétés de pays étrangers, en particulier ceux de la francophonie internationale. Les ententes de coopération multisectorielles entre le Québec et les gouvernements étrangers seront mises à contribution pour que ces États y intègrent officiellement le secteur de l'audiovisuel comme étant une priorité du volet culturel. Par ailleurs, des démarches seront entreprises pour explorer les possibilités que les œuvres québécoises soient reconnues comme admissibles aux quotas francophones européens, dans le but de favoriser leur diffusion outre-mer.

Un travail sera également amorcé pour réfléchir à des repères communs pour que le public puisse reconnaître plus aisément les œuvres audiovisuelles québécoises, ce qui permettra d'en faciliter le choix et de resserrer le lien entre le public et les contenus d'ici. Cette réflexion se prolongera au sujet de l'image de marque du Québec à l'étranger, dans l'objectif de favoriser l'adoption d'une signature commune pour assurer une promotion cohérente et reconnaissable du Québec sur les marchés internationaux.

L'axe 3 permettra de mieux faire connaître nos œuvres, pour que celles-ci occupent la place qui leur revient sur les scènes locales et internationales. Il contribuera ainsi à positionner le Québec comme un acteur important de la création audiovisuelle, capable de saisir de nouvelles occasions, d'attirer des partenaires et de multiplier les collaborations fructueuses.



AXE 4

Un écosystème
solide, moderne
et mobilisé



Le développement d'une offre diversifiée, innovante et compétitive doit s'accompagner d'un environnement financier stabilisé, apte à soutenir la prise de risque. Assurer la pérennité et la vitalité économique du secteur audiovisuel est une condition essentielle pour lui permettre de demeurer pertinent et compétitif dans un contexte de transformation technologique et organisationnelle continue.

Le gouvernement du Québec veillera à ce que le cadre législatif et réglementaire soit adapté aux réalités du secteur de l'audiovisuel et des usages actuels. Une mobilisation forte de l'ensemble des acteurs de l'industrie permettra de donner toute leur portée aux efforts engagés pour réussir à avancer dans un environnement en transformation continue. La concertation sera déterminante pour créer des conditions propices à l'innovation et stimuler le dynamisme de l'industrie.

L'axe 4 vise à atteindre trois objectifs :

4.1 créer des conditions favorables à la stabilité et à l'adaptation du secteur;

4.2 favoriser la concertation et la mobilisation de toute l'industrie;

4.3 appuyer le développement des compétences et l'expertise des talents.



4.1 Créer des conditions favorables à la stabilité et à l'adaptation du secteur

La vitalité et la compétitivité de notre écosystème audiovisuel passent par une révision du cadre législatif et réglementaire. Cette modernisation visera à créer les conditions propices au déploiement de mesures plus flexibles, cohérentes et alignées sur les réalités numériques d'aujourd'hui. Des travaux visant à modifier la *Loi sur la Société de télédiffusion du Québec* (RLRQ, chapitre S-12.01) et à moderniser la *Loi sur le cinéma* (RLRQ, chapitre C-18.1) en une loi sur l'audiovisuel seront amorcés. Ces travaux verront aussi à actualiser les conditions de distribution et de diffusion des œuvres, dans le but de favoriser une circulation accrue des productions québécoises et leur accès par le jeune public.



Pourquoi une loi sur l'audiovisuel?

La *Loi sur le cinéma*, édictée en 1983, encadre la gestion des droits de distribution, notamment pour leur présentation en public et leur exploitation sur le marché de la vidéo. Dans un contexte de dématérialisation des œuvres et de transformation des modes de production, de diffusion et de consommation des contenus, une réforme s'impose.

L'adoption d'une loi sur l'audiovisuel permettrait d'élargir le cadre législatif de la plupart des activités liées à la production, à la distribution et à la présentation d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, que celles-ci soient diffusées dans des salles, exploitées sur le marché de la vidéo ou offertes sur des plateformes numériques.

Cette réforme s'inscrirait dans la continuité des initiatives déjà prises, telles que la *Loi affirmant la souveraineté culturelle du Québec et édictant la Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique*, qui vise à affirmer les compétences du Québec ainsi qu'à protéger et à renforcer la présence de la culture francophone dans l'environnement numérique. Une nouvelle loi sur l'audiovisuel offrirait un dispositif cohérent pour : encadrer le secteur; préciser les responsabilités des productrices et producteurs, des distributeurs, des diffuseurs et du gouvernement; contribuer à la protection des droits de propriété intellectuelle; ainsi que soutenir la création et la diffusion des œuvres audiovisuelles québécoises. Elle permettrait également de prendre en compte les évolutions technologiques des dernières années, particulièrement celles liées à l'intelligence artificielle.



La stabilité du secteur dépend également des conditions financières dans lesquelles ce dernier évolue. En plus des mesures annoncées lors du budget du Québec 2026-2027 et des travaux portant sur la révision du régime fiscal pour la production cinématographique et télévisuelle, la Stratégie prévoit une mesure structurante pour réduire les coûts de financement de production. Le financement intérimaire du crédit d'impôt remboursable à la production cinématographique et télévisuelle québécoise constitue actuellement une composante importante des budgets de production. Ces coûts, en forte croissance au cours des dernières années, représentent un enjeu significatif pour les entreprises de production audiovisuelle. Dans ce contexte, la Stratégie, qui se veut axée sur la création et la production de contenus, prévoit une intervention ciblée par l'octroi d'une avance de fonds à la SODEC, visant à fournir des conditions de financement intérimaire plus avantageuses et permettant de réduire concrètement les coûts assumés par les productions.

Ces leviers s'ajoutent à la récente modification de la *Loi sur la Société de développement des entreprises culturelles* (RLRQ, chapitre S-10.002) qui permettra également de mieux soutenir la créativité numérique et les entreprises dans leurs activités et leur développement.

En plus de ces mesures, le gouvernement du Québec entend amorcer une réflexion structurante qui vise à identifier d'autres mécanismes susceptibles de stabiliser le financement du secteur et d'en soutenir le développement dans une perspective à long terme.



Soutien aux entreprises

Il existe des programmes permettant de soutenir le positionnement concurrentiel du secteur, de favoriser la productivité et d'accélérer des projets d'investissement auxquels les entreprises du secteur peuvent être admissibles, notamment certains volets du programme ESSOR, administré par Investissement Québec en collaboration avec le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie ou, du même ministère, le Programme d'appui aux projets de développement économique, volet 2 : Projets structurants d'organismes en appui au développement des secteurs stratégiques et des régions.



Structurer les données

La pérennité du secteur passe également par une meilleure description des contenus et une compréhension approfondie des publics et des tendances de consommation. La gestion accrue des données descriptives et le recours à l'« intelligence d'affaires » sont désormais essentiels pour favoriser la découvrabilité des contenus et soutenir les décisions de programmation. Dans cette optique, le ministère de la Culture et des Communications travaille depuis plusieurs années à la construction d'un écosystème intégré de données, notamment par des initiatives de formation, d'accompagnement et de transformation numérique. Un projet, mené avec la participation de Médiafilm, vise précisément à accroître la circulation de métadonnées de qualité et d'identifiants des œuvres. Cette initiative contribuera à améliorer la traçabilité, l'interopérabilité et la mise à jour continue des métadonnées dans le secteur.

Parallèlement, la Stratégie reconnaît qu'il est important de déployer une meilleure « intelligence d'affaires » au sein de l'industrie. Dans ce contexte, Télé-Québec développera une capacité accrue à interpréter les comportements des publics grâce à des outils d'analyse avancée, afin d'éclairer ses décisions éditoriales et de programmation. Les organisations bénéficiant d'un soutien public pour leur mission de diffusion seront encouragées et soutenues dans l'optimisation de leur « intelligence d'affaires » et la mise à disposition de leurs données d'auditoire. En complémentarité, l'Observatoire de la culture et des communications du Québec apportera sa contribution pour structurer la mutualisation des données sectorielles. L'objectif est de mettre en commun des données sur la consommation et d'encourager le dépôt de données anonymisées provenant de tiers, pour établir des portraits sur le secteur qui pourront bénéficier à toutes et à tous.



Intelligence artificielle

Si l'intelligence artificielle représente une innovation majeure de plus en plus intégrée aux pratiques, son déploiement doit s'inscrire dans un cadre d'utilisation responsable. Comme l'indique le second rapport du comité d'expertes et d'experts, [La souveraineté culturelle du Québec à l'ère de l'IA](#), les questions soulevées par l'évolution de cette technologie appellent à une réflexion éthique sur ses usages responsables et nécessitent d'assurer l'accompagnement du milieu culturel dans ce changement de paradigme. Un cadre éthique concernant l'intelligence artificielle sera donc conçu pour indiquer, entre autres, les usages responsables dans les processus de création et de production, ainsi qu'établir des exigences en matière de transparence pour le développement et l'utilisation d'outils d'intelligence artificielle. Cette démarche, menée par le ministère de la Culture et des Communications en collaboration avec les sociétés d'État et le milieu culturel, visera à trouver un juste équilibre entre, d'un côté, la protection des droits d'auteur et de la création humaine et, de l'autre, l'innovation.

Par ailleurs, le gouvernement du Québec, en collaboration étroite avec Bibliothèque et Archives nationales du Québec, s'assurera de poursuivre le projet de création d'une banque de données gouvernementales et culturelles québécoise en français et en langues autochtones. À terme, il est souhaité que cette banque de données puisse permettre l'essor de projets en intelligence artificielle respectueux des créatrices et créateurs d'ici, entre autres en garantissant une rémunération en contrepartie de l'accès à certaines données et en établissant un cadre d'usages acceptés par les ayants droit.



L’empreinte environnementale du secteur audiovisuel

L’essor de l’intelligence artificielle, ainsi que les exigences énergétiques qu’elle entraîne, accentue la pression sur l’environnement. Le gouvernement du Québec invite les acteurs du secteur de l’audiovisuel à s’engager pleinement dans la transition écologique, en accélérant l’adoption de pratiques écoresponsables dans les productions audiovisuelles au Québec. La certification [On tourne vert](#) offre déjà les outils et ressources nécessaires pour rendre les tournages et les studios d’animation ou d’effets visuels plus durables.



4.2 Favoriser la concertation et la mobilisation de toute l'industrie

La concertation ne s'impose pas : elle repose sur la volonté des acteurs à travailler ensemble. Le gouvernement du Québec souhaite créer les conditions favorables à ces rapprochements essentiels. Car, dans un contexte de transformation rapide, c'est en réunissant les expertises et en partageant les ressources que nous pourrions renforcer la pertinence et l'agilité de notre écosystème. Le gouvernement du Québec ne peut ni ne doit porter à lui seul cette responsabilité. Il encourage le milieu à se fédérer et sera présent pour soutenir cette concertation. Cependant, pour qu'elle porte pleinement ses fruits, cette concertation doit s'appuyer sur des mécanismes qui assurent une meilleure représentativité des acteurs du milieu. Les institutions ont la responsabilité de refléter la pluralité des voix et des perspectives.

Dans cette logique de collaboration et de concertation, la mutualisation des efforts de promotion, des ressources et des équipements entre les galas du secteur de l'audiovisuel et les festivals sera encouragée, pour accroître leur portée, réduire les coûts d'exploitation et optimiser l'usage des ressources publiques. Ces événements seront également appelés à repenser leurs modes de diffusion pour miser sur des formats hybrides combinant la télévision, le Web et les réseaux sociaux, ainsi que sur des contenus courts, immersifs et adaptés aux usages numériques, afin de joindre le jeune public et d'augmenter la découvrabilité des œuvres.



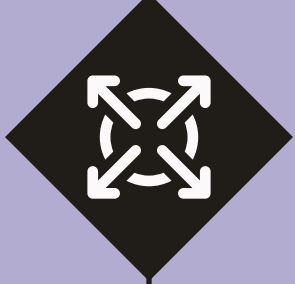
4.3 Appuyer le développement des compétences et l'expertise des talents

Pour soutenir la transformation du secteur audiovisuel et renforcer sa compétitivité, l'Institut national de l'image et du son (L'inis) pourra compter sur davantage de moyens afin de jouer un rôle clé dans la préparation des talents aux transformations numériques et d'assurer l'adéquation de la formation avec les réalités du marché. L'inis contribuera également à favoriser l'accès aux métiers de l'audiovisuel et l'acquisition de compétences en dehors des grands centres, par le biais de formations qui permettront à davantage de talents de créer et de produire en région.

Plus largement, le gouvernement du Québec entend poursuivre, avec les ministères et partenaires concernés, une réflexion sur les conditions favorisant le développement durable des compétences dans le secteur de l'audiovisuel et sur les mécanismes les plus appropriés pour soutenir la formation, en fonction des besoins du milieu et dans le respect des responsabilités et des cadres en vigueur.

L'axe 4 permettra de doter le secteur audiovisuel de moyens plus stables, modernes, agiles et cohérents face aux transformations en cours et de soutenir durablement sa stabilité économique et sa capacité d'adaptation. Il favorisera aussi des modes de collaboration plus structurés et une évolution continue des compétences, assurant ainsi une meilleure préparation de l'industrie pour que celle-ci soit en mesure de relever les défis à venir.

Déploiement





Une mise en œuvre progressive et agile

Dans un secteur où les innovations se multiplient et où les usages changent rapidement, la Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 se veut résolument agile. Elle propose un déploiement en deux phases complémentaires, permettant au gouvernement du Québec d'agir immédiatement là où les besoins sont les plus pressants, tout en créant les conditions pour une adaptation continue du cadre d'intervention. L'objectif du gouvernement est clair : offrir au secteur de l'audiovisuel un environnement stable, moderne et capable de soutenir ses transformations.



Première phase : Bonifier l'offre et préparer l'avenir (2026-2028)

Dans un contexte de fortes pressions économiques et de modifications rapides des modes de consommation, les deux premières années du déploiement de la Stratégie concentreront les efforts à renforcer l'attractivité des contenus proposés au public. Les actions prévues permettront d'agir sur les conditions mêmes de leur création, de leur production et de leur diffusion. Télé-Québec amorcera sa transformation qui sera concentrée autour de deux priorités : la jeunesse comme boussole et le numérique, ainsi que les nouvelles technologies, comme moyen de croissance des auditoires. Elle renforcera les investissements dans sa transformation numérique, tout en développant une meilleure compréhension des publics et des usages pour orienter les actions qui suivront.

Cette première phase marquera également l'intégration plus explicite des créatrices et des créateurs de contenus numériques au sein de l'écosystème audiovisuel, reconnaissant leur contribution au renouvellement des formats, à l'émergence de nouvelles pratiques et à l'augmentation des liens avec les publics.

Enfin, elle verra l'amorce des travaux permettant la révision de l'environnement législatif, réglementaire et fiscal du secteur. Ce dernier retrouvera ainsi une capacité d'action à court terme lui permettant de redéfinir les paramètres qui structurent son fonctionnement à long terme.



Tables et chantiers prévus

Thème	Responsable
Élaboration d'un cadre éthique entourant l'utilisation de l'intelligence artificielle dans le secteur audiovisuel	Ministère de la Culture et des Communications (MCC), Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)
Modernisation des cadres d'exploitation des droits de distribution et de diffusion pour favoriser la circulation durable des œuvres québécoises	MCC
Modernisation des mesures fiscales offertes aux entreprises de production audiovisuelle québécoises et étrangères	Ministère des Finances (MFQ), MCC et SODEC
Réflexion concernant une image de marque pour les contenus québécois et une signature unifiée à l'international	MCC, ministère des Relations internationales et de la Francophonie et SODEC
Réflexion sur les conditions favorisant le développement durable des compétences dans le secteur de l'audiovisuel	MCC et ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
Réflexion sur la pérennisation du financement du secteur	MCC et MFQ
Révision de la <i>Loi sur la Société de télédiffusion du Québec</i> (RLRQ, chapitre S-12.01)	MCC et Télé-Québec
Révision du <i>Règlement sur le dépôt légal des films</i> (RLRQ, chapitre B-1.2, r. 2) de la <i>Loi sur Bibliothèque et Archives nationales du Québec</i> (RLRQ, chapitre B-1.2)	MCC et Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Transformation de la <i>Loi sur le cinéma</i> (RLRQ, chapitre C-18.1)	MCC



Deuxième phase : Consolider et pérenniser la transformation (2028-2031)

La deuxième phase de la Stratégie s'appuiera sur la poursuite et la consolidation des actions déjà engagées et l'intégration de nouvelles mesures visant à renforcer les initiatives en place et à soutenir l'atteinte des objectifs poursuivis. Cette phase permettra également d'adapter les interventions au fil des constats tirés lors des chantiers et tables de travail amorcés à la première phase et de finaliser les travaux liés à l'environnement législatif, réglementaire et fiscal. Elle permettra de déployer les nouveaux cadres, d'opérationnaliser les mécanismes d'intervention et de consolider les conditions nécessaires à la pérennité du secteur.

En particulier, Télé-Québec prévoit, à ce stade, s'affirmer comme une référence stratégique en matière de jeunesse et d'innovation, en travaillant de manière structurante avec un réseau élargi de partenaires et en innovant tant dans les contenus que dans les technologies utilisées. L'objectif : contribuer pleinement au dynamisme de l'industrie tout en répondant plus efficacement aux intérêts et aux attentes de la population.

À l'issue de cette étape, la Stratégie aura permis de pérenniser la transformation, d'assurer la cohérence des interventions et de garantir que l'ensemble des actions déployées s'intègrent durablement au fonctionnement du secteur.

Gouvernance

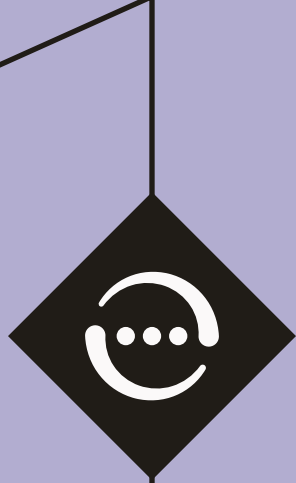




Pour réaliser un déploiement efficace de la Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031, un mécanisme de gouvernance et de suivi sera mis en place et piloté par le ministère de la Culture et des Communications. Un comité de suivi réunira des représentantes et représentants de Télé-Québec, de la SODEC, du CALQ, de BANQ et d'autres acteurs clés du milieu. Ce comité veillera à :

- suivre l'avancement des travaux et l'atteinte des objectifs;
- recommander des ajustements aux priorités d'action pour la deuxième phase;
- formuler des recommandations générales pour le secteur de l'audiovisuel.

Ce mécanisme permettra de coordonner et d'adapter les actions de façon continue et en fonction des besoins du secteur et des publics, en plus d'assurer une pleine mobilisation de l'écosystème.



Conclusion



Le secteur de l'audiovisuel joue un rôle crucial tant dans l'économie du Québec que dans l'attachement de la population québécoise aux histoires dans lesquelles celle-ci peut se reconnaître. La Stratégie québécoise de l'audiovisuel 2026-2031 n'a pas pour seul objectif de raviver les braises : elle vise à maintenir pleinement vivante la flamme qui fait de notre audiovisuel un repère indispensable de notre identité, pour que nous puissions continuer d'écrire l'histoire de qui nous sommes. Même s'il fait face à de nombreux défis, le secteur possède, sans aucun doute, tout ce qu'il faut de talents, d'inventivité et d'attractivité pour captiver les publics d'ici et d'ailleurs.

Avec la Stratégie, le secteur de l'audiovisuel se voit donc muni de moyens efficaces pour «faire battre le cœur du Québec sur nos écrans», pour des générations de Québécoises et de Québécois qui se succéderont.

Le gouvernement du Québec jouera pleinement son rôle auprès du secteur de l'audiovisuel en modernisant les leviers à sa disposition et en soutenant son élan, mais c'est la mobilisation de tout l'écosystème qui permettra le déploiement du plein potentiel de la Stratégie. Les créatrices, créateurs, entreprises de production, diffuseurs, institutions et partenaires doivent travailler de concert pour que, par l'entremise de cette stratégie ambitieuse et grâce à une industrie audiovisuelle toujours plus solide, créative et audacieuse, le cœur du Québec puisse battre longtemps sur nos écrans.



Annexe



Synthèse des mesures des deux phases et des investissements prévus pour la première phase (2026-2028)

AXE 1 : UNE IDENTITÉ AFFIRMÉE, DES PUBLICS ENGAGÉS

Objectif et mesure	Ministère ou organisme porteur	Investissement de la première phase
1.1 Stimuler la création et la production d'une diversité de contenus et de formats, en misant sur l'éclatement des genres et l'adaptation aux usages numériques		
1.1.1 Consolidation de l'appui au secteur audiovisuel ³	SODEC	24,6 M\$
1.1.2 Consolidation du soutien à la production de contenus et de formats originaux	Télé-Québec	20 M\$
1.1.3 Augmentation du nombre de productions originales déclenchées ⁴	Télé-Québec	10 M\$
1.1.4 Bonification d'une offre diversifiée de contenus d'affaires publiques	Télé-Québec	2 M\$
1.1.5 Ajout d'incitatifs pour une plus grande présence de la musique québécoise dans les productions audiovisuelles	SODEC	1,25 M\$
1.1.6 Soutien au programme d'aide à l'expérimentation	SODEC	1 M\$
1.1.7 Augmentation de l'enveloppe réservée au secteur du cinéma et de la vidéo pour l'ensemble des régions	CALQ	0,85 M\$
1.1.8 Augmentation du nombre de projets avec les communautés autochtones pour le développement, la production et la diffusion de contenus originaux	Télé-Québec	0,7 M\$
1.1.9 Soutien aux entreprises et aux créatrices et créateurs de contenus numériques dans les secteurs culturels et artistiques ⁵	MCC (phase 1 et phase 2) SODEC, CALQ et Télé-Québec (phase2)	0,5 M \$
1.1.10 Soutien au développement d'adaptations d'œuvres culturelles	SODEC, CALQ et Télé-Québec	Deuxième phase ⁶

3 Cette mesure contribue à tous les objectifs de l'axe 1.

4 Cette mesure contribue aussi à l'objectif 1.2.

5 *Idem.*

6 L'investissement pour cette mesure est prévu uniquement à partir de la deuxième phase (2028-2031).



Objectif et mesure	Ministère ou organisme porteur	Investissement de la première phase
1.2 Enrichir l'offre destinée aux jeunes pour que celle-ci soit plus attractive et en adéquation avec leurs besoins		
1.2.1 Déploiement de nouvelles marques jeunesse	Télé-Québec	10 M\$
1.2.2 Ouverture d'espaces de création, d'incubateurs et d'accélérateurs d'innovation jeunesse	Télé-Québec	2,5 M\$
1.3 Renforcer la compétitivité des productions		
1.3.1 Bonification des budgets de production des contenus à fort potentiel de rayonnement	SODEC	18,3 M\$
1.3.2 Augmentation du soutien aux entreprises pour le développement de projets audiovisuels	SODEC	4 M\$
Dépenses fiscales		
Mise en œuvre du crédit d'impôt pour les médias d'information québécois	Ministère des Finances du Québec (MFQ)	6,2 M\$
Modernisation des critères d'admissibilité du crédit d'impôt remboursable à la production québécoise (formats, durées et nombres d'épisodes)		2,3 M\$



AXE 2 : ÊTRE LÀ OÙ LES PUBLICS SE TROUVENT

Objectif et mesure	Ministère ou organisme porteur	Investissement de la première phase
2.1 Assurer une présence forte et continue des contenus sur les plateformes et dans les lieux de diffusion		
2.1.1 Refonte et optimisation de la plateforme numérique	Télé-Québec	9,6 M\$
2.1.2 Déploiement d'une stratégie de diffusion multiplateforme	Télé-Québec	3,5 M\$
2.1.3 Bonification du soutien aux salles de cinéma	SODEC	2 M\$
2.1.4 Modernisation de la plateforme <i>Télé-Québec en classe</i>	Télé-Québec	0,73 M\$
2.1.5 Réalisation d'initiatives destinées aux jeunes pour un meilleur accès aux œuvres québécoises	MCC	0,35 M\$
2.2 Garantir un accès durable aux œuvres de notre patrimoine audiovisuel		
2.2.1 Mise en œuvre d'initiatives d'éducation, de valorisation du patrimoine audiovisuel et de diffusion d'œuvres acquises	Télé-Québec	1,55 M\$
2.2.2 Augmentation du soutien à la mission de conservation, de diffusion et d'éducation	Cinémathèque québécoise	0,9 M\$
2.2.3 Soutien au mandat de préservation numérique des films et émissions assujettis au dépôt légal	BAnQ et Cinémathèque québécoise	0,6 M\$
2.2.4 Bonification du financement pour la sauvegarde, la conservation et la restauration des œuvres du patrimoine	BAnQ et Cinémathèque québécoise	Deuxième phase ⁷

AXE 3 : UNE PRÉSENCE FORTE ICI ET AILLEURS

Objectif et mesure	Ministère ou organisme porteur	Investissement de la première phase
3.1 Accroître la visibilité des contenus		
3.1.1 Soutien à la mission et au rayonnement international des contenus québécois	TV5 Québec Canada	7 M\$
3.1.2 Augmentation de l'aide à la promotion, à la diffusion et à l'exportation des œuvres	CALQ, SODEC, MCC	2,25 M\$

⁷ L'investissement pour cette mesure est prévu uniquement à partir de la deuxième phase (2028-2031).



AXE 4 : UN ÉCOSYSTÈME SOLIDE, MODERNE ET MOBILISÉ

Objectif et mesure	Ministère ou organisme porteur	Investissement de la première phase
4.1 Créer des conditions favorables à la stabilité et à l'adaptation du secteur		
4.1.1 Mise en place d'un nouveau programme de financement intérimaire du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise	SODEC	100 M\$
4.1.2 Mise en place d'un dispositif pour la cueillette et l'accessibilité de données de consommation, d'usage et économiques	Observatoire de la culture et des communications du Québec	1 M\$
4.1.3 Mise en œuvre des chantiers et tables de travail	BAnQ, CALQ, MCC, MFQ, MESS, MRIF, SODEC et Télé-Québec	0,76 M\$
4.1.4 Mise en œuvre de nouvelles initiatives concernant la gestion des données descriptives	MCC et Télé-Québec	Deuxième phase ⁸
4.2 Favoriser la concertation et la mobilisation de toute l'industrie		
4.2.1 Soutien à la concertation et aux initiatives de mutualisation du secteur	MCC et SODEC	3,6 M\$
4.3 Appuyer le développement des compétences et l'expertise des talents		
4.3.1 Soutien à la mission de la mutuelle de formation	L'inis	2,6 M\$

Sous-total de la première phase	240,6 M\$
--	------------------

Sous-total de la deuxième phase	369 M\$⁹
--	----------------------------

Grand total	609,6 M\$
--------------------	------------------

⁸ L'investissement pour cette mesure est prévu uniquement à partir de la deuxième phase (2028-2031).

⁹ Les mesures amorcées à la première phase (2026-2028) se poursuivront à la deuxième phase (2028-2031) et seront complétées par trois nouvelles mesures.

