

Mémoire

de la

Société des auteurs de radio, télévision et cinéma



et de

l'Union des artistes



Dans le cadre du processus de consultation de l'industrie du

Fonds des médias du Canada

Septembre 2009

TABLE DES MATIÈRES

Présentation.....	3
INTRODUCTION.....	3
OBJECTIF 1 : RÉCOMPENSER LE SUCCÈS ET ENCOURAGER L'INNOVATION.....	5
Point 1 : Allocation de fonds aux programmes– volets convergent et expérimental.....	8
Point 2 : Contenu convergent.....	9
Point 3 : Vidéo sur demande (VSD).....	11
Point 4 : Succès auprès de l'auditoire et rendement du capital investi.....	12
Point 5 : Mise en marché et promotion.....	14
OBJECTIF 2 : INVESTIR EN FONCTION DE CE QUE VEULENT LES CANADIENS.....	15
Point 6 : Contenu télévisuel dans le volet convergent – Allocations selon le genre.....	16
Point 7 : Production documentaire.....	18
Point 8 : Éléments canadiens des projets du FMC.....	20
Point 9 : Productions en langues tierces.....	22
OBJECTIF 3 : ÉQUILIBRER LES RÈGLES DU JEU.....	23
Point 10 : Productions d'entités affiliées aux télédiffuseurs et productions internes des télédiffuseurs.....	24
Point 11 : Enveloppes de rendement –Entités admissibles.....	25
Point 12 : Succès auprès de l'auditoire et FMC – Accent sur les émissions originales en première diffusion.....	26
Point 13 : Production régionale de langue anglaise.....	27
CONCLUSION.....	28
Liste des recommandations.....	29

Présentation

La SARTEC est un syndicat professionnel regroupant plus de 1 250 membres œuvrant dans le secteur audiovisuel. Reconnue en vertu des lois provinciale (1989) et fédérale (1996) sur le statut de l'artiste, la SARTEC est signataire d'ententes collectives avec l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), la Société Radio-Canada, le Groupe TVA, l'Office national du film (ONF), Télé-Québec, TFO et TV5. La SARTEC est membre de l'Affiliation internationale des guildes d'auteurs (IAWG) et de la Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs (CISAC).

L'UDA est un syndicat professionnel représentant les artistes œuvrant en français, partout au Canada. Plus de 7 500 membres actifs et 4 350 membres stagiaires en font partie. L'UDA a pour mission l'identification, l'étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux et moraux des artistes. Elle gère aujourd'hui près d'une cinquantaine d'ententes collectives couvrant les secteurs des annonces commerciales, du cinéma, du disque, du doublage, de la scène et de la télévision.

Introduction

Dans le cadre du processus de consultation en cours, le Fonds des médias a choisi d'étudier treize enjeux reliés à trois des quatre objectifs stratégiques énoncés par le ministère soit :

- récompenser le succès et encourager l'innovation;
- investir en fonction de ce que veulent les Canadiens
- et équilibrer les règles du jeu.

Le quatrième objectif, celui de la saine gouvernance, ayant déjà été, selon le gouvernement, concrétisé précédemment.

Dans le présent mémoire, l'UDA et la SARTEC entendent commenter ces objectifs stratégiques et répondre aux questions soulevées par les différents enjeux mentionnés.

Toutefois, d'entrée en jeu, nos deux associations tiennent à rappeler leur désaccord maintes fois réitéré avec cette refonte importante du Fonds canadien de télévision. Sans affirmer que le fonctionnement du FCT ne pouvait être amélioré et tout en ayant condamné l'absence d'artistes sur son Conseil, la SARTEC et l'UDA continuent de déplorer que la pression de certains câblodistributeurs ait suffi à elle seule à entraîner une révision des politiques publiques.

Sans reprendre l'ensemble des arguments soulevés, la SARTEC et l'UDA tiennent à rappeler :

- qu'elles se sont opposées aux demandes de Shaw et de Quebecor en mars 2007;
- qu'elles ont réagi fort négativement aux recommandations du Groupe de travail et à l'approche du CRTC dans ce dossier;
- qu'elles se sont déclarées perplexes face à la décision du ministre de fusionner le Fonds canadien de télévision et celui des nouveaux médias afin d'assurer la production d'émissions et leur diffusion sur une multitude de plateformes;
- qu'elles ont carrément remis en question les nouvelles règles de gouvernance qui assimilent les obligations réglementaires des câblodistributeurs à des contributions privées et leur donnent une place prédominante au sein du nouveau Conseil d'administration;
- qu'elles se sont dites préoccupées par l'importance, a priori démesurée, accordée par le gouvernement aux mesures d'audience et au rendement sur le capital investi;
- qu'elles ont à maintes reprises rappelé le caractère unique du marché francophone et que le succès de la télévision québécoise est basé sur la diversité de l'offre à de multiples auditoires.

Règle générale, la SARTEC et l'UDA ont fait part de leurs craintes à l'égard de l'impact de la nouvelle politique du gouvernement sur l'équilibre de notre système de radiodiffusion. Elles rappellent que le Canada a été le premier signataire de la Convention sur la défense et la promotion de l'expression des diversités culturelles et qu'à cet égard, le FMC est un outil majeur et essentiel dans la poursuite des objectifs de ladite convention. Elles sont particulièrement inquiètes de l'abandon de l'enveloppe réservée de Radio-Canada, un joueur majeur et un élément d'émulation de la production nationale, et des répercussions sur nos télévisions éducatives et les canaux spécialisés.

Bref, les changements au Fonds canadien de télévision nous apparaissent avoir été faits pour les mauvaises raisons et de la mauvaise manière. Et si la consultation actuelle porte sur la mise en application des politiques du ministère du Patrimoine et non sur leur pertinence, nous comptons bien ne pas nous priver de commenter l'une et l'autre.

Enfin, tout en comprenant que le Fonds des médias doive procéder rapidement, nous déplorons que des consultations aussi importantes aient été amorcées en pleine période estivale et se conjuguent avec celles entreprises par le CRTC sur l'attribution des licences par grands groupes de propriété et celles du ministère du Patrimoine sur la Loi sur le droit d'auteur.

Nous croyons également que, pour que le processus de consultation soit complet et transparent, l'entente de contribution qui liera le FMC au ministère du Patrimoine devrait être rendue publique, puisqu'elle renfermera les paramètres précis de la politique et de son application.

OBJECTIF 1 : RÉCOMPENSER LE SUCCÈS ET ENCOURAGER L'INNOVATION

Récompenser le succès

Qui peut s'opposer à ce que le succès soit récompensé et l'innovation encouragée? Pourtant, sans être contre la vertu, comme associations représentant les créateurs et les artistes, nous avons toujours largement remis en cause l'importance octroyée au succès d'auditoire. Pas qu'il ne soit pas souhaitable. La télévision est un médium populaire. Auteurs et artistes souhaitent toucher le public le plus large possible, mais ils cherchent aussi à créer des œuvres de qualité.

D'ailleurs, en télévision, la recherche du succès est une donnée toujours présente. Les revenus publicitaires sont fonction des cotes d'écoute et les BBM, la lecture de chevet des diffuseurs. Ces derniers se préoccupent déjà bien assez de l'écoute sans avoir besoin du FMC ou du ministère du Patrimoine pour leur en rappeler l'importance.

La recherche du succès doit-elle être le fondement d'une politique publique en matière de culture? Et comment alors le définir? Un gouvernement doit-il viser le rendement sur le capital investi comme le ferait un diffuseur? Doit-il évaluer le rendement, diffuseur par diffuseur ou en fonction du système dans son ensemble? Et si la présence de contenu canadien sur nos ondes demeure un objectif, le succès se calcule-t-il en cote d'écoute ou selon la diversité de l'offre disponible?

Au Québec, la télévision demeure le médium culturel qui a eu le plus de succès d'audience. Les émissions sous-représentées financées par le FCT ont permis d'assurer la présence d'un contenu national signifiant sur nos ondes et sont le fruit du travail d'artistes et de créateurs qui tous cherchent à joindre le plus large auditoire possible dans leurs créneaux respectifs.

Le système de radiodiffusion francophone a du succès et les productions de langue française rejoignent des auditoires variés et nombreux à travers le Canada. En comparaison, et malgré la qualité des œuvres nationales, le marché anglophone est dominé par les séries étrangères.

Alors que l'accent mis sur le succès ne semble pas tenir compte de cette différence fondamentale, sa mise en application la respectera-t-elle? Dans la mesure où la répartition des fonds entre les marchés linguistiques a été maintenue, on peut déjà conclure que plutôt que de récompenser le marché francophone pour son succès, celui-ci risque davantage de se voir imposer un traitement pour un problème qu'il n'a pas?

Dans le marché francophone, le succès de notre télévision est, en bonne partie, axé sur le volume de production et la diversité des contenus disponibles et offerts tant par les diffuseurs généralistes que les télévisions éducatives et les canaux spécialisés. Mais le succès n'est pas éternel et peut même s'avérer fragile. Maintenir une offre de contenu de qualité dans le contexte d'une éclosion du paysage audiovisuel, de la multiplication des canaux, puis des nouvelles plateformes s'est avéré difficile.

D'autant plus que la fragmentation du marché a entraîné un bouleversement de l'échiquier et que les diffuseurs conventionnels, encore aujourd'hui les principaux déclencheurs d'émissions prioritaires, ont vu leur part de marché chaudement disputée par les canaux spécialisés et leurs revenus publicitaires, chuter. Certaines catégories d'émissions en ont subi les contrecoups. Par exemple, les dramatiques, dont les budgets ont diminué, ont parfois cédé la place à des émissions moins coûteuses (variétés ou télé-réalités, etc.).

Le FCT a justement été créé pour faciliter aux diffuseurs le financement des émissions et contrer ainsi la concurrence étrangère dans un secteur culturel essentiel. Dans le contexte difficile actuel, l'intervention du FMC sera d'autant plus délicate que l'équilibre du système de radiodiffusion francophone risque d'en être affecté.

Ne privilégier que le succès d'écoute favoriserait d'une part les diffuseurs généralistes au détriment des télévisions éducatives ou des canaux spécialisés et nuirait à la présence du contenu canadien. Dans le contexte où l'un des objectifs du gouvernement est de favoriser le déploiement des œuvres nationales sur de multiples plateformes, réduire leur présence sur les chaînes télévisuelles serait plutôt contradictoire, voire largement contreproductif.

Certes, du côté anglophone comme du côté francophone, la télévision généraliste connaît des problèmes importants dus, entre autres, à la décroissance de ses revenus publicitaires. Mais l'instrument approprié pour corriger cette situation est l'octroi de redevances d'abonnement aux télévisions généralistes, responsabilité du CRTC et non du FMC.

Le rendement sur le capital investi

Le rendement sur le capital investi est certes une préoccupation pour les entreprises œuvrant dans le domaine de la culture. Pour un diffuseur privé, par exemple, choisir, à auditoire égal, entre une série lourde à 1 million de dollars l'heure et une émission de variétés à 160 000 \$ est une décision d'affaires. Des émissions populaires ont ainsi été retirées des ondes parce que leur rendement était jugé insuffisant par le diffuseur.

À la différence, le rendement sur le capital investi ne doit pas être le seul critère qui guide l'intervention de l'État. Sans nécessairement présumer que le

ministère du Patrimoine considère la culture comme une marchandise comme les autres et s'inscrit ainsi en faux contre la position canadienne au niveau international, il aurait intérêt à mieux expliciter la place de cet objectif de rendement dans sa politique.

Le FMC ne doit pas oublier qu'il doit servir pour la production d'émissions considérées comme essentielles à notre identité et notre expression culturelle et moduler son aide en fonction des dépenses du diffuseur.

Les nouvelles plateformes

Le développement de contenu national sur les nouvelles plateformes est un objectif primordial voire un impératif culturel. Mais, fallait-il nécessairement déployer ce contenu en conjonction avec la télévision? Si plusieurs expériences ont été faites avec la télévision (disponibilité des fonds oblige), il n'est pas dit que toute émission doit nécessairement avoir son autre plateforme. Quant aux nouveaux médias, leur contenu peut se développer sans n'être qu'un complément de la télévision, ce que le jumelage risque d'entraîner.

Dans le contexte où les nouveaux médias sont encore à la recherche de leur modèle d'affaires viable, comment les objectifs de succès et de rendement sur le capital investi s'appliqueront-ils?

Là encore, nous croyons que le succès d'une politique culturelle est d'assurer au public l'accès à un contenu auquel il peut s'identifier et qui exprime sa culture. Dans un secteur en développement, le ministère aurait dû accroître les fonds sans diluer ceux déjà dédiés à la télévision.

Encourager l'innovation

Enfin, si encourager l'innovation est assurément un objectif partagé par les artistes et créateurs que nous représentons, encore faut-il ne pas les mettre sous carcan. Dans un secteur, où le succès n'est jamais assuré et le risque de la création, constant : comment concilier l'encouragement à l'innovation avec l'obligation de succès ou le rendement sur le capital investi? Limitera-t-on l'innovation à certains créneaux?

Demander à des créateurs d'innover, de sortir des sentiers battus, en se préoccupant davantage de rendement sur le capital investi que d'art ou de culture est à nos yeux un non-sens.

Point 1 : Allocation de fonds aux programmes – volets convergent et expérimental

Fonds pour les volets convergent et expérimental

Faut-il que les fonds consacrés originellement à la télévision servent à alimenter les nouvelles plateformes alors que les Fournisseurs de services Internet, contrairement aux entreprises de distribution de radiodiffusion, ne contribuent pas au financement du système?

Face au manque de ressources de la télévision, nous considérons que les fonds consacrés au volet convergent devraient être puisés à même ceux auparavant disponibles pour les nouveaux médias.

Allocations de fonds aux initiatives spéciales

En ce qui concerne l'allocation de fonds au doublage et sous-titrage, le fait qu'ils ne soient pas utilisés en totalité apparaît d'autant plus étonnant que plusieurs des séries produites au Canada sont encore doublées à l'étranger. Dans cette optique, il nous apparaît à la fois nécessaire de faire la promotion de ce fonds, de faire respecter les règles existantes, d'augmenter les incitatifs à faire doubler les œuvres au Québec et d'encourager le doublage en anglais des séries francophones financées par le FMC..

Recommandations

1. Sans ressources supplémentaires, le volet non télévisuel devrait être financé à même les sommes auparavant disponibles pour les nouveaux médias.
2. Le fonds d'aide au doublage et sous-titrage devrait faire l'objet d'une meilleure promotion, d'une application plus rigoureuse des règles existantes et le FMC devrait accroître les incitatifs pour faire doubler les œuvres.

Point 2 : Contenu convergent

Critères pour le contenu original à valeur ajoutée

Assurer la présence du contenu national sur les nouvelles plateformes est un des volets intéressants du Fonds des médias du Canada. Il est essentiel que le contenu national soit présent dans ces nouveaux médias, dont la croissance est exponentielle et l'importance culturelle, indéniable.

Mais, fallait-il nécessairement que les œuvres destinées aux nouvelles plateformes se déploient en lien avec la télévision ou que les productions télévisuelles aient une déclinaison multiplateforme pour recevoir leur financement?

Tous les genres d'émissions ne se déclinent pas avec la même facilité et les mêmes moyens. Les chansons d'une émission de variétés sont, par exemple, faciles à diffuser sur un mobile. Les activités quotidiennes des participants d'une télé-réalité peuvent facilement être présentées en temps réel sur Internet. Les séries jeunesse peuvent générer des produits déclinables de multiples manières, alors qu'il peut s'avérer plus onéreux ou plus difficile de produire un contenu convergent pour une dramatique.

Il apparaît donc essentiel de moduler les exigences en fonction du genre. Tout comme, il nous apparaît également nécessaire d'établir des critères rigoureux sur le contenu admissible. Aux États-Unis, par exemple, certains sites Internet de séries jeunesse sont parfois davantage une vitrine pour la vente de produits dérivés que des éléments de contenu.

Droits de diffusion

Quant aux droits de diffusion pour les éléments convergents, sans proposer maintenant un minimum, nous croyons effectivement que ces droits devraient être distincts de ceux associés à la télévision et que, là aussi, les diffuseurs devraient être tenus de payer un minimum.

D'une part, dans la mesure où l'objectif du Fonds des médias est que le contenu dédié aux nouvelles plateformes soit original et non une simple diffusion supplémentaire du contenu télévisuel, nous avons là une œuvre distincte.

D'autre part, cette œuvre distincte peut fort bien être générée par d'autres créateurs et d'autres artistes dont les droits sont différents de ceux ayant participé à l'œuvre télévisuelle.

Enfin, à moyen terme, amalgamer l'ensemble des droits pour les différentes plateformes ne contribue certes pas à l'élaboration d'un modèle d'affaires concret et équitable pour les créateurs et les artistes. Octroyer une valeur

distincte aux différentes utilisations nous semble d'autant plus nécessaire que cela s'inscrit dans la logique des pratiques existantes qui associent les artistes et créateurs à la vie économique des œuvres et établissent leurs revenus en fonction des utilisations.

Recommandations

3. Les exigences du FMC pour le contenu convergent doivent être modulées en fonction du genre et le contenu admissible doit être sujet à des critères rigoureux pour ne pas être seulement une vitrine pour des produits commerciaux.
4. Les droits de diffusion des éléments convergents doivent être distincts des droits télévisuels et un droit minimum doit être établi.

Point 3 : Vidéo sur demande (VSD)

Inclusion de la VSD au sein du FMC

L'octroi d'enveloppes de rendement pour les diffuseurs de services VSD nous semble prématuré. Actuellement, les données nous manquent pour évaluer l'impact de l'admissibilité des VSD aux ERT. Il serait plus logique d'attendre d'avoir accès aux données mesurant les activités de VSD avant de se prononcer sur la pertinence d'un éventuel système de rendement pour les fournisseurs de services de VSD.

À ce jour, dans le marché francophone, la VSD n'a pas été le déclencheur principal d'émissions dans les divers genres soutenus par le FCT. En dramatique, même si elle a parfois constitué la première fenêtre, elle était généralement associée à un réseau conventionnel et servait davantage à compléter le financement.

Si la VSD ne nous semble pas appelée à devenir le déclencheur principal en dramatiques ou en émissions pour enfants, par exemple, il est fort possible qu'elle le soit pour certains genres telles que les émissions de variétés (exemple : Céline Dion sur les Plaines), une distinction entre les captations et les œuvres originales devient alors obligatoire.

Impact des nouveaux modèles de gestion sur le FMC

Pour les syndicats et les guildes, les droits relatifs aux différentes utilisations des œuvres sont fonction, et de la Loi sur le droit d'auteur, et des ententes négociées avec les producteurs (indépendants ou non) en vertu des lois sur le statut de l'artiste. Le respect des ententes collectives est donc un des facteurs que le FMC doit prendre en compte dans le contexte des nouveaux modèles de gestion.

Depuis quelques années, plusieurs séries télé sont disponibles en DVD de manière à répondre au désir de certains téléspectateurs de visionner les œuvres à leur convenance. À plus ou moins court terme, la VSD pourra possiblement supplanter le DVD comme mode de diffusion des œuvres. À ce chapitre privilégier l'exploitation en mode transactionnel nous apparaît préférable pour assurer le maintien des revenus que les artistes et créateurs tirent des DVDs.

Recommandations

5. L'octroi d'enveloppes de rendement pour la VSD est prématuré.
6. Le FMC doit tenir compte des ententes négociées dans le contexte des nouveaux modèles de gestion.

Point 4 : Succès auprès de l'auditoire et rendement du capital investi

Définir le succès

Le FCT privilégiait déjà les cotes d'écoute dans le calcul des enveloppes aux diffuseurs. Nous n'avons jamais appuyé pareil critère et l'impact de l'introduction de ces enveloppes de rendement et de la mesure du succès devrait faire l'objet d'une véritable évaluation.

Cela dit, tant dans sa définition que dans son calcul, une éventuelle mesure du succès devrait chercher à maintenir l'équilibre du système dans le marché francophone et préserver la présence du contenu canadien.

Le succès ne doit pas être calculé en termes absolus, mais en fonction de divers paramètres :

- la nature du diffuseur

Par définition, les diffuseurs généralistes ont un public plus large que les canaux spécialisés. Favoriser la cote d'écoute sans tenir compte de la nature du diffuseur entraînerait un déséquilibre manifeste du système.

- le mandat du diffuseur

Les télévisions publiques et les télévisions éducatives privilégient la diffusion d'œuvres pour répondre à leurs mandats respectifs. Les séries pour enfants ou les documentaires diffusés, par exemple sur TQC ou TFO, ne peuvent prétendre aux cotes d'écoute d'une fiction diffusée en soirée sur une chaîne généraliste, mais rejoignent, toutes proportions gardées, un public conséquent.

- Le public cible

Une chaîne dédiée aux documentaires ou aux séries jeunesse a un public plus ciblé et partant moins étendu qu'une chaîne généraliste.

- Les genres

Les audiences d'un documentaire, d'une série jeunesse ou d'une dramatique ne peuvent être mesurées selon les mêmes barèmes. L'auditoire potentiel varie en fonction des genres.

- Le marché linguistique

Nous l'avons mentionné précédemment, si le marché francophone n'est pas exempt de problèmes, le succès des émissions nationales dans notre système de radiodiffusion est indéniable. Peu importe leur lieu de diffusion, nos œuvres trouvent leur public. Une série documentaire québécoise sur Canal D, une émission pour enfants à TQC ou une fiction nationale à TVA performant quasi toujours mieux que leurs équivalents étrangers sur les mêmes ondes.

Bref, sans trop insister sur ce qui nous apparaît comme des évidences, il faut pondérer la mesure du succès, par souci d'équité et de manière à préserver la diversité de l'offre télévisuelle.

Le rendement sur le capital investi

Les diffuseurs ont naturellement tendance à favoriser les émissions les plus lucratives par rapport au plus petit budget possible puisqu'ils assurent ainsi leurs revenus.

Dans cette optique, la mesure du rendement sur le capital investi devrait uniquement être utilisée si elle permet d'exiger davantage des diffuseurs. Plus un budget de production est faible et plus le diffuseur devrait en assumer une grande part. Et si avec une production à petit budget, un diffuseur obtient un auditoire important et des revenus publicitaires conséquents, il devrait voir réduite son enveloppe de rendement.

Le risque financier

Les auteurs, les artistes et les producteurs visent le succès des émissions. Penser que la prise de risques plus élevés motivera les gens à obtenir plus de succès, c'est oublier qu'en télévision, la sanction de l'insuccès se traduit impitoyablement par le retrait des ondes. Ce n'est pas en prenant plus de risques financiers qu'une œuvre sera automatiquement meilleure. Personne ne peut prédire le succès d'une œuvre!

Pour les diffuseurs, le risque financier peut cependant être évalué. Plus le budget de production d'une série est élevé et plus le risque peut l'être. Octroyer davantage en fonction du budget pourrait permettre des séries dont la valeur de production serait plus grande et contribuer, par exemple, à freiner le déclin des séries lourdes, à favoriser également des catégories que les diffuseurs ne privilégient pas toujours faute de revenus publicitaires importants comme les séries pour enfants ou les documentaires.

Recommandations

7. La mesure du succès doit être pondérée en fonction de divers facteurs : la nature du diffuseur, son mandat, le public ciblé, le genre d'émissions.
8. Les systèmes de radiodiffusion francophone et anglophone sont trop dissemblables pour être soumis aux mêmes mesures de succès.
9. La mesure de rendement sur le capital investi et l'appréciation du risque financier devraient servir à favoriser la production d'émissions à budget élevé et dans des catégories moins populaires.

Point 5 : Mise en marché et promotion

En télévision, les activités de promotion et de mise en marché sont une responsabilité du diffuseur et ne devraient pas faire l'objet d'un financement spécifique dont le résultat serait de diluer davantage les fonds disponibles.

Alors que les diffuseurs ne rémunèrent pas les artistes et les créateurs pour l'autopublicité, il serait aberrant qu'ils soient financés pour faire la publicité des œuvres qu'ils diffusent sur leurs propres ondes et pour lesquelles une promotion adéquate contribuera à hausser leurs revenus publicitaires.

Au contraire, nous serions d'avis que les diffuseurs qui ont recours au FMC devraient s'engager à faire une promotion convenable des œuvres qu'ils peuvent ainsi programmer. Dans le marché anglophone, cet engagement pourrait servir à contrebalancer l'emphase mise sur les séries étrangères. Emphase également présente dans le marché francophone. Certes, la production nationale y est souvent mieux positionnée, mais plusieurs séries américaines, acquises à peu de frais par les diffuseurs, reçoivent une excellente promotion, laquelle aide à générer des revenus publicitaires intéressants.

Dans ce contexte, avoir des exigences en matière de promotion des œuvres financées par le FMC nous apparaît être une condition tout à fait normale à imposer aux diffuseurs. À notre avis, la même approche devrait s'appliquer pour la mise en marché et la promotion des productions destinées aux autres plateformes lorsqu'elles sont exploitées par le diffuseur ou sur le portail d'un Fournisseur de services Internet.

En fait, seules les productions issues d'un volet expérimental et destinées aux nouvelles plateformes devraient pouvoir recourir à du financement pour leurs activités de promotion et de mise en marché.

Recommandations

10. Sauf pour les productions issues du volet expérimental et destinées aux nouvelles plateformes, les activités de promotion ne doivent pas faire l'objet d'un financement spécifique.
11. Les diffuseurs, ainsi que le cas échéant, les FSI devraient se voir imposer des conditions en matière de promotion des œuvres.

OBJECTIF 2 : INVESTIR EN FONCTION DE CE QUE VEULENT LES CANADIENS

Qui peut savoir « ce que veulent les Canadiens? ». En fait, la seule certitude, c'est que le public n'est pas monolithique comme en témoigne d'ailleurs depuis plusieurs années la fragmentation du marché.

Mais énoncer que ce public puise désormais son information tout comme ses sources de divertissement à plusieurs plateformes nous apparaît juste. De là, nous en convenons, l'importance culturelle indéniable de favoriser l'occupation de ces nouveaux espaces culturels comme l'Internet, les mobiles, etc. par des œuvres d'ici.

Le FCT avait été créé pour assurer la présence du contenu canadien sur nos ondes dans le cadre de la multiplication des canaux télévisuels. En ce sens, il est conséquent que le Fonds des médias s'applique également à assurer la disponibilité du contenu sur les nouvelles plateformes.

Que le FMC, financé à même de l'argent public et les contributions obligatoires des radiodiffuseurs, serve également à faire appel au talent des auteurs, des réalisateurs et des comédiens canadiens est assurément en harmonie avec « ce que les Canadiens veulent ». Que les fonds « culturels » alimentent notre culture et que l'argent d'ici procure des emplois aux artistes d'ici n'est assurément pas susceptible de heurter les Canadiens. Pas plus sans doute que le fait de dépenser des fonds publics pour des productions de qualité dans des genres culturellement prioritaires et difficiles à financer et non pour des émissions que les diffuseurs peuvent facilement assumer.

Point 6 : Contenu télévisuel dans le volet convergent – Allocations selon le genre

Maintien de l'allocation par genres

Rappelons que les fonds sont normalement attribués pour des émissions que les diffuseurs ont du mal à financer. Laisser les titulaires dépenser leur enveloppe de rendement selon leur bon vouloir serait leur confier le soin de déterminer le sort des émissions sous-représentées et prioritaires uniquement en fonction de leurs impératifs financiers.

Or, les coûts, le rendement, voire les possibilités d'exploitations d'une émission peuvent varier fortement selon les genres. Les émissions pour enfants, privées au Québec de revenus publicitaires, ont depuis longtemps, par exemple, été délaissées par les diffuseurs généralistes privés. Dans un de nos mémoires au CRTC¹, nous avons aussi démontré que le déclin des dramatiques originales à la télévision de langue française avait été accentué par le développement des nouvelles plateformes, lesquelles favorisaient nettement les télé-réalités ou les variétés plus facilement déclinables. Pensons au suivi en temps réel des activités des « lofters » ou des académiciens, aux diverses revues qui en traitent, au lancement de disques, etc.

La répartition par genre au FCT semblait avoir atteint un certain équilibre, y mettre fin risquerait assurément d'accentuer le déclin déjà constaté des dramatiques, par exemple, et ce, malgré les succès d'écoute. L'exemple de *Vice caché* en témoigne éloquemment. Les titulaires d'enveloppes ont accès à des fonds publics ou issus d'obligations réglementaires pour pouvoir programmer des émissions considérées comme prioritaires, pas seulement pour accroître leur rendement.

Les règles en vigueur procurent déjà une certaine marge de manœuvre dont l'impact reste à évaluer. Les niveaux cibles actuels dans la répartition des ERT semblent réalistes et il faut éviter le glissement vers les genres plus rentables qu'entraînerait inévitablement le laisser-faire.

Les facteurs de pondération

Les émissions pour enfants et les documentaires sont généralement desservis par des facteurs qui priorisent les succès auprès de l'auditoire. Il nous apparaît souhaitable d'introduire une variation par genre des facteurs de pondération, particulièrement lorsque l'on évalue le succès d'une œuvre.

Mais comme nous l'avons souligné précédemment, d'autres facteurs de pondération devraient intervenir pour assurer une diversité de l'offre. La diffusion

¹ Voir à ce sujet : UDA et SARTEC, Réponse à l'avis d'audience publique en radiodiffusion CRTC 2006-5. Examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision en direct. Septembre 2006, 35p.

d'une œuvre sur un canal spécialisé ou par une télévision éducative peut s'avérer un grand succès sans pourtant atteindre un auditoire comparable à une télévision conventionnelle. L'objectif étant d'assurer la présence du contenu canadien dans l'ensemble du système, il faut faire en sorte de reconnaître la contribution de ces canaux au système. Ce système comprend des diffuseurs généralistes publics et privés, des télévisions éducatives, des canaux spécialisés qui ont des mandats et des publics différents. Une pondération en fonction du type de réseau devrait donc être introduite.

Recommandations

12. La répartition par genre doit être maintenue et les niveaux cibles actuels, préservés.

13. Des pondérations par genre et par type de réseaux devraient être introduites.

Point 7 : Production documentaire

Définition du documentaire

Doit-on empêcher le glissement des documentaires vers des émissions modes de vie ou télé-réalités alors que celles-ci ont pourtant du succès d'auditoire et offrent un certain potentiel de rendement sur le capital investi ?

Cette question souligne la contradiction d'une politique culturelle qui fait du rendement un objectif déterminant.

Le Fonds doit servir au financement d'émissions jugées culturellement prioritaires et que les diffuseurs ont du mal à financer. Les émissions « modes de vie » ou les « télé-réalités » ne sont certes pas des émissions que l'on peut qualifier de prioritaires ou de sous-représentées.

Dans la même logique, il est difficile de concevoir que l'on se questionne sur l'exclusion des documentaires en général et des documentaires d'opinion en particulier, qui sont justement des œuvres dont le financement est difficile, et sont considérées comme prioritaires par le CRTC, en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.

La production documentaire s'est diversifiée ces dernières années. Les séries documentaires ont connu un certain essor et su intéresser un large public. De même, les longs métrages et les documentaires d'opinion ont permis d'alimenter la réflexion des téléspectateurs sur de nombreux sujets et contribué à la programmation de nombreuses télévisions publiques et éducatives.

Le FMC doit continuer de soutenir les documentaires en général, incluant tant les séries documentaires que les documentaires d'opinion et les longs métrages, mais exclure les émissions « modes de vie » ou « télé-réalités » dont le financement devrait alors dépendre uniquement du marché.

Facteurs de calcul

Comme mentionné précédemment, les documentaires sont généralement desservis par un mode de calcul qui privilégie les succès auprès de l'auditoire. Une pondération par genre et par type de réseaux s'avère pertinente.

Impact de la production interne

En ce qui a trait à l'impact de l'introduction de productions internes sur le nombre de documentaires d'auteur et d'opinion indépendants, nous ne l'envisageons pas important, du moins à court terme. D'une part, les télévisions conventionnelles privées n'ont pas à l'heure actuelle une programmation documentaire digne de ce nom et il serait étonnant qu'elles décident de produire à l'interne des

documentaires, surtout si les émissions de style « modes de vie et télérealités » sont exclues.

TVA et la SRC ont des services d'information importants. Peut-on distinguer avec suffisamment de précision ce qui relève de l'information de ce qui est assimilable au documentaire et éviter la confusion des genres?

Quant aux télévisions éducatives, qui programment plus fréquemment ce type d'œuvres, mais qui ont peu de capacité de production à l'interne, le danger d'une réduction du nombre de documentaires d'opinion ou indépendants vient sans doute davantage d'une éventuelle réduction de leur Enveloppe de rendement qui pourrait ainsi nuire à leur capacité de programmation.

Recommandations

14. Le FMC doit continuer de soutenir les documentaires en général, incluant tant les séries documentaires que les documentaires d'opinion et les longs métrages, mais exclure les émissions « modes de vie » ou « télérealités » dont le financement devrait relever du marché.
15. Le FMC devrait étudier davantage la situation du documentaire avant d'en financer la production à l'interne.

Point 8 : Éléments canadiens des projets du FMC

Les éléments canadiens

Nous croyons que les exigences actuelles quant aux éléments canadiens des projets soutenus par le Fonds doivent être maintenues et s'appliquer autant aux projets de télévision qu'aux projets destinés aux nouveaux médias, au volet convergent qu'au volet expérimental.

Le Fonds des médias doit servir à la production nationale et au contenu canadien et en assurer la présence sur les différentes plateformes. Or, c'est uniquement sur ces éléments que se définit le caractère national d'une œuvre, par la nationalité de ceux qui la créent et qui en sont propriétaires.

L'un des objectifs claironnés du Fonds des médias est de faire appel au talent des auteurs, comédiens et réalisateurs canadiens. Cela s'inscrit logiquement dans une politique culturelle, mais cela répond également tout à fait à des impératifs économiques importants. Le Fonds contribue à notre expression culturelle, mais aussi à l'emploi d'artistes d'ici. En termes économiques, c'est là un rendement important.

Par le passé, le FCT n'a pas réussi à suffire à la demande même en se consacrant uniquement aux projets avec un pointage 10/10. Il n'y a donc pas lieu à cet égard de modifier les exigences relatives aux principales fonctions.

Qui plus est, si certains producteurs, particulièrement au Canada anglais, ont réclamé un assouplissement de ces exigences pour faire place à des acteurs américains théoriquement plus populaires, jamais ils n'ont pu démontrer qu'un tel ajout pouvait avoir une incidence réelle sur le succès d'une œuvre.

Et l'objectif du FMC doit être de financer des productions nationales de qualité qui pourront concurrencer les séries étrangères et mettre à la disposition de notre public un contenu signifiant, pas de diluer le caractère national des œuvres.

Le sujet

Cela dit, le sujet demeure le seul élément dont nous avons toujours questionné la pertinence. Comme nous l'avons déjà mentionné par le passé, il importe peu que le sujet soit canadien ou pas, l'important est que le point de vue soit canadien et que les créateurs, artistes et producteurs le soient. Et le public, pour être au fait de certains enjeux internationaux, par exemple, peut également apprécier un point de vue canadien plutôt qu'étranger.

Certes, on peut comprendre que ce critère permettait d'éviter que des séries financées par le Fonds soient principalement créées pour le marché américain,

mais, par le passé, certaines œuvres documentaires, des séries pour enfants et des téléromans, pourtant indiscutablement québécois, ont eu de la difficulté à se qualifier. Les règles ont depuis été assouplies et la politique actuelle ne semble pas exclure de facto les sujets étrangers d'intérêt pour les Canadiens.

Recommandations

16. Sauf pour le choix du sujet, nous croyons que les exigences actuelles quant aux éléments canadiens des projets soutenus par le Fonds doivent être maintenues et s'appliquer autant aux projets de télévision qu'aux projets destinés aux nouveaux médias, au volet convergent et au volet expérimental.

Point 9 : Productions en langues tierces

Alors que les fonds semblent insuffisants pour répondre à la demande actuelle pour des productions en français, en anglais et en langues autochtones et qu'il faut développer le contenu pour les nouvelles plateformes, il apparaît fort peu réaliste d'envisager le financement de productions en langues tierces dans les genres soutenus par le Fonds des médias.

Dans la mesure où les diffuseurs traditionnels ont de la difficulté à financer ces émissions et que les canaux spécialisés les plus lucratifs ne programment que fort peu de productions originales, il serait fort étonnant que des diffuseurs en langue tierce, dont l'audience est par définition fort fragmentée, arrivent à pouvoir programmer des émissions de ce type.

Même d'un point de vue gouvernemental, il y a lieu de se demander comment le gouvernement entend concilier l'octroi de fonds pour des productions en langues tierces et ses objectifs de succès d'auditoire et de rendement sur le capital investi.

Recommandations

17. Dans le contexte actuel, nous recommandons le statu quo quant au soutien de productions en langues tierces dans les catégories admissibles au FMC.

OBJECTIF 3 : ÉQUILIBRER LES RÈGLES DU JEU

L'UDA et la SARTEC dont les membres ont œuvré tant au sein de la production indépendante que dans le cadre des productions internes des diffuseurs n'ont pas d'opposition de principe à ce que les diffuseurs aient accès à des fonds pour leurs productions propres.

Cela dit, si le gouvernement avait réellement voulu équilibrer les règles du jeu entre les diffuseurs, il ne se serait pas contenté de cette seule disposition qui, dans le marché francophone, ne semble avantager que TVA puisque les capacités voire les velléités de production des autres diffuseurs privés ou publics (à l'exception de la SRC) sont inexistantes ou fort limitées.

Le système de radiodiffusion francophone compte plusieurs joueurs dont les mandats, les ressources, les contenus sont fort variables et plusieurs facteurs de déséquilibre existent. Pensons à l'interdiction de revenus publicitaires pour les émissions pour enfants ou à l'absence de revenus d'abonnement ou de redevances pour les généralistes.

Difficile de voir en quoi le ministère a équilibré ici les règles du jeu. Au contraire, en abolissant l'enveloppe réservée à la SRC, qui a toujours accordé dans sa programmation une place importante aux émissions prioritaires et servi ainsi d'émulation aux autres diffuseurs, il nous apparaît avoir plutôt contribué à déséquilibrer notre système de radiodiffusion francophone.

Dans le cadre d'une politique de radiodiffusion mettre tous les diffuseurs sur le même pied, c'est faire fi de l'importance de leurs mandats et de leur contribution au système et de leur réalité spécifique.

Point 10 : Productions d'entités affiliées aux télédiffuseurs et productions internes des télédiffuseurs

Jusqu'à récemment, pour les genres financés par le Fonds canadien de télévision, les productions indépendantes représentaient près de 90% de la valeur des contrats de nos membres. Hors la production indépendante, la SRC s'avérait le producteur le plus important, suivi de loin par TVA.

Depuis quelques années, la production interne des diffuseurs est largement en déclin et les capacités de production de la plupart d'entre eux ne sont plus ce qu'elles étaient. Les données avancées dans le document du FMC démontrent d'ailleurs que dans les catégories admissibles, le pourcentage des fonds consacrés à la production interne est fort peu élevé.

Dans ce contexte, et sans proposer de pourcentage précis, il nous semble effectivement essentiel que comme annoncé, le rééquilibrage des règles du jeu se fasse de façon progressive et tienne à la fois compte de l'accès passé et de l'évolution des capacités de produire.

Dans le marché de langue française, TVA semble être le seul diffuseur privé à avoir manifesté l'intention de produire à l'interne. Ni V ni Astral ou les autres services spécialisés ne semblent avoir de projets en ce sens. Le niveau de production interne financé éventuellement par le FMC devrait donc tenir compte de cette donnée et établir une proportion adéquate. Il ne faudrait pas qu'un pourcentage fixe des fonds soit octroyé à la production interne si un seul acteur s'en prévaut.

Quant aux diffuseurs publics, la SRC semble être seule à produire actuellement dans les catégories admissibles. Nous ignorons les intentions de la SRC, de TQC ou de TFO, mais croyons que les règles applicables doivent assurer un accès équitable à des fonds pour la production interne.

Pour la SRC, dont le budget réservé a été éliminé, il ne faudrait pas que de nouvelles contraintes la desservent face aux diffuseurs privés, par exemple.

Recommandations

18. L'augmentation des fonds consacrés à la production interne devrait se faire progressivement en tenant compte de l'accès passé et de l'évolution des capacités de production.
19. Les diffuseurs publics doivent avoir accès au fonds pour produire à l'interne au même titre que les diffuseurs privés.
20. Les fonds octroyés à la production interne doivent tenir compte du nombre de diffuseurs concernés.

Point 11 : Enveloppes de rendement –Entités admissibles

Il nous apparaît prématuré d'envisager, à ce stade-ci, d'étendre les enveloppes de rendement à d'autres que les diffuseurs déjà établis.

À plusieurs reprises, la SARTEC et l'UDA ont mentionné au CRTC que les éléments du système de radiodiffusion réglementés et non réglementés n'étaient pas traités de façon égale et recommandé que pour assurer la pérennité du contenu tant sur les anciens services que sur les nouvelles plateformes, il fallait trouver une façon de mettre à contribution les éléments du système de radiodiffusion, tels l'Internet et les services de télédiffusion mobile en direct.

Dans ce contexte, il nous semblerait inconséquent que des FSI, par exemple, qui ne concourent pas au système de radiodiffusion soient inclus dans les entités pouvant avoir accès à des enveloppes de rendement.

Plutôt que des enveloppes de rendement, la création d'un volet d'aide sélective ouvert aux créateurs indépendants pourrait favoriser l'innovation. Ainsi, certaines séries web ont été développées sans que les auteurs n'aient accès à du financement. (Pensons, par exemple, à une série comme « Chez Jules.com » en nomination cette année aux Prix Gémeaux). Des œuvres originales de ce genre non reliées à une émission de télévision devraient être admissibles à un volet sélectif. En télévision également, à l'étape du développement du projet, les auteurs travaillent le plus souvent sans soutien financier. Si le FMC veut réellement appuyer l'innovation, il devrait réduire le risque de la création en rendant accessible aux créateurs des fonds pour leurs projets.

Recommandations

21. La mise en place d'Enveloppes de rendement dans le volet convergent devrait être reportée et être réservée, le cas échéant, aux entités qui contribuent au système de radiodiffusion.

22. Les créateurs devraient avoir accès à un volet d'aide sélective.

Point 12 : Succès auprès de l'auditoire et FMC – Accent sur les émissions originales en première diffusion

Émission originale et première diffusion

L'objectif du FMC doit être de favoriser un contenu original. Dans cette optique, la définition actuelle d'émission originale apparaît adéquate. Quant à la définition de première diffusion, il nous semble exclu qu'elle puisse s'appliquer à un diffuseur qui n'est pas dans la structure financière du projet.

Point 13 : Production régionale de langue anglaise

Notre intervention a porté uniquement sur le marché de langue française. Dire que la situation au Canada anglais a fort peu de ressemblances avec la nôtre est une lapalissade et nous croyons approprié de laisser les divers acteurs de ce marché faire leur propre analyse et leurs constats quant aux productions régionales de langue anglaise.

CONCLUSION

Comme nous l'avons déjà affirmé, la télévision est le secteur culturel le plus industrialisé, mais demeure le plus fragile face à la concurrence étrangère.

Le Canada a été le premier pays à ratifier la *Convention internationale de l'Unesco sur la diversité culturelle* et affirmer ainsi vouloir assurer la sauvegarde et la promotion des expressions culturelles et de la liberté d'adopter les politiques nécessaires à leur soutien. Le Canada a fait part de sa volonté de développer sa culture à l'abri des pressions commerciales internationales et ainsi affirmé que la culture n'était pas une marchandise comme les autres.

Nous aurions aimé que le gouvernement soit conséquent et que plutôt que de se baser sur les seuls succès d'audience ou le rendement sur le capital investi, plutôt que de se faire l'écho des intérêts commerciaux, il réitère l'importance de donner accès à une programmation nationale qui reflète les réalités de nos concitoyens, leurs valeurs et leurs perceptions du monde et qu'il réaffirme la réalité des enjeux culturels en cause, dans le respect de la Loi sur la radiodiffusion.

Liste des recommandations

1. Sans ressources supplémentaires, le volet non télévisuel devrait être financé à même les sommes auparavant disponibles pour les nouveaux médias.
2. Le fonds d'aide au doublage et sous-titrage devrait faire l'objet d'une meilleure promotion, d'une application plus rigoureuse des règles existantes et le FMC devrait augmenter les incitatifs pour faire doubler les œuvres.
3. Les exigences du FMC pour le contenu convergent doivent être modulées en fonction du genre et le contenu admissible doit être sujet à des critères rigoureux pour ne pas être une vitrine pour des produits commerciaux.
4. Les droits de diffusion des éléments convergents doivent être distincts des droits télévisuels et un droit minimum doit être établi.
5. L'octroi d'enveloppes de rendement pour la VSD est prématuré.
6. Le FMC doit tenir compte des ententes négociées dans le contexte des nouveaux modèles de gestion.
7. La mesure du succès doit être pondérée en fonction de divers facteurs : la nature du diffuseur, son mandat, le public ciblé, le genre d'émissions.
8. Les systèmes de radiodiffusion francophone et anglophone sont trop dissemblables pour être soumis aux mêmes mesures de succès.
9. La mesure de rendement sur le capital investi et l'appréciation du risque financier devraient servir à favoriser la production d'émissions à budget élevé et dans des catégories moins populaires.
10. Sauf pour les productions issues du volet expérimental et destinées aux nouvelles plateformes, les activités de promotion ne doivent pas faire l'objet d'un financement spécifique.
11. Les diffuseurs, ainsi que le cas échéant, les FSI devraient se voir imposer des conditions en matière de promotion des œuvres.
12. La répartition par genre doit être maintenue et les niveaux cibles actuels, préservés.
13. Des pondérations par genre et par type de réseaux devraient être introduites.
14. Le FMC doit continuer de soutenir les documentaires en général, incluant tant les séries documentaires que les documentaires d'opinion et les longs

métrages, mais exclure les émissions « modes de vie » ou « télérealités » dont le financement devrait relever du marché.

15. Le FMC devrait étudier davantage la situation du documentaire avant d'en financer la production à l'interne.
16. Sauf pour le choix du sujet, nous croyons que les exigences actuelles quant aux éléments canadiens des projets soutenus par le Fonds doivent être maintenues et s'appliquer autant aux projets de télévision qu'aux projets destinés aux nouveaux médias, au volet convergent et au volet expérimental.
17. Dans le contexte actuel, nous recommandons le statu quo quant au soutien de productions en langues tierces dans les catégories admissibles au FMC.
18. L'augmentation des fonds consacrés à la production interne devrait se faire progressivement en tenant compte de l'accès passé et de l'évolution des capacités de production.
19. Les diffuseurs publics doivent avoir accès au fonds pour produire à l'interne au même titre que les diffuseurs privés.
20. Les fonds octroyés à la production interne doivent tenir compte du nombre de diffuseurs concernés.
21. La mise en place d'Enveloppes de rendement dans le volet convergent devrait être reportée et être réservée, le cas échéant, aux entités qui contribuent au système de radiodiffusion.
22. Les créateurs devraient avoir accès à un volet d'aide sélective.