

info

SARTEC

SOCIÉTÉ DES AUTEURS DE RADIO, TÉLÉVISION ET CINÉMA

SOMMAIRE

Fonds Claude Robinson .....	2
Vie associative .....	2
Pourquoi écrire ? .....	3
Trois écritures, dites-vous ? .....	5
Décisions arbitrales en faveur des auteurs ...	6
Les ateliers d'écriture Équinoxe .....	7
À vos claviers .....	8
Le programme d'aide à l'écriture de scénario : un bilan .....	9
Dates à retenir .....	10
Où s'en va le multimédia au Québec ? .....	11
Mémoire de la SARTEC sur le contenu canadien au XXI <sup>e</sup> siècle .....	15
Creators' Rights Alliance / Alliance pour les droits des créateurs .....	22
Nouveaux membres .....	23
Avec qui signer un contrat SARTEC .....	24

# Le mot de la présidente

par Annie Piérard

**I**L Y A trente ans des émissions comme *Hawaï 5-0*, ou le *Docteur Marcus Welby*, se retrouvaient en tête du palmarès des émissions les plus écoutées par les Québécois. Depuis, notre paysage audiovisuel a beaucoup changé et, au Québec, ce sont nos émissions nationales qui ont les meilleures cotes d'écoute. Cette évolution n'est pas le résultat d'une mutation spontanée dans notre besoin d'une identité culturelle. Cette transformation a eu lieu, entre autres, parce que nos gouvernements ont assorti leurs politiques d'encadrements et de lois qui promouvaient clairement des objectifs culturels. Par exemple, les télédiffuseurs sont tenus, dans leur licence octroyée par le CRTC, de présenter un certain nombre d'heures d'émissions canadiennes. Les agences gouvernementales s'assurent d'une distribution linguistique des capitaux qu'elles gèrent (33 % en français à Téléfilm et 80 % à la SODEC) et réservent en général leurs fonds à des œuvres nationales, créées, interprétées, et mises en forme par nos compatriotes.

Au fil des ans, nous avons donc collectivement fait le choix de nous doter des instruments et des moyens nécessaires pour avoir une culture audiovisuelle

qui nous est propre. Depuis quelques années, les objectifs culturels contenus dans les programmes des gouvernements se sont cependant peu à peu doublés d'objectifs plus industriels. L'aide sélective fait de plus en plus place à des aides automatiques où il est de plus en plus difficile de conserver des objectifs culturels. Si des programmes comme le crédit d'impôt sont essentiels pour le montage financier de nos productions, il n'en demeure pas moins qu'on ignore leur incidence réelle sur notre culture. Secret fiscal oblige, il



PHOTO : MICHEL DUBREUIL

est impossible d'obtenir, par exemple, une liste des productions qui ont bénéficié du crédit d'impôt. Pourtant, la question n'est pas anodine.

Prenons le cas de l'animation. Les séries d'animation sont généralement faites en coproduction avec un autre pays (Grande-Bretagne, France, etc.). Le crédit d'impôt est l'une des principales sources de financement de la portion canadienne de ces séries. Il y a plus d'un an, la SARTEC a entrepris de monter un dossier sur la situation de l'animation en français au Québec. Dans un premier temps, il a été très laborieux d'obtenir des données claires sur le sujet, le Crédit d'impôt nous refusant évidemment toute aide. C'est par le service des coproductions de Téléfilm que nous avons eu des renseignements qui nous ont permis de mener à bien notre étude. Les résultats sont alarmants. Depuis dix ans, sur les 2 323 épisodes de séries d'animation écrites dans le cadre de l'accord de coproduction avec la France, seulement 90 ont été écrits en français au Québec. Pire encore, la SARTEC n'a reçu aucun contrat pour l'écriture de scénario de série d'animation depuis

suite à la page 2

# Fonds Claude Robinson

À ce jour, nous avons recueilli près de 45 000 \$ pour le Fonds Claude Robinson. Vous êtes nombreux à y avoir participé. Nous vous en remercions.

Soulignons, par ailleurs, l'appui important des associations du milieu notamment de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ) et de COPIBEC, société de gestion collective des droits d'auteur (regroupant l'AJIQ, la FPJQ, le RAAV, l'UNÉQ, l'ANEL, la SODEP et Les Quotidiens du Québec), qui ont versé une contribution, respectivement, de 5 000 \$ et 10 000 \$ au fonds.

## Et ça continue !

Toute personne désireuse de contribuer au fonds en appui à la cause de Claude Robinson contre Cinar *et al*, peut le faire en tout temps en versant sa contribution à la « SARTEC en fidéicommissaire pour Claude Robinson ». Pour connaître les règles de gestion du fonds et la genèse du dossier, consultez notre site Internet à : [www.sartec.qc.ca](http://www.sartec.qc.ca)

## Le mot...

1998. Pour une même série, les scénaristes de France écrivent en français tandis qu'au Canada, c'est en anglais que ça se passe. Même les séries où les producteurs québécois sont majoritaires s'écrivent en anglais au Québec. Ce constat est évidemment désastreux pour les membres de la SARTEC. Mais, il l'est également pour toute la société québécoise. Nos histoires, nos points de vue, notre culture, ne vivent plus au petit écran devant nos enfants.

Le problème de la disparition du français en animation ne se limite sans doute pas à un seul facteur. Reste que le crédit

## vie associative

### Félicitations ! à nos membres

Jacqueline Barrette (scénario), Philippe Baylaucq (réalisation), *Hugo et le dragon*, Prix de la meilleure production francophone indépendante, Festival de la télévision de Banff ;

Carole Laganière, *La Fiancée de la vie*, Prix Golden du meilleur documentaire canadien, Hot Docs ;

Marie Brodeur, *La Danse du guerrier*, Prix spécial du jury au 11<sup>e</sup> Grand prix international Vidéo Danse.

### Faites-le nous savoir !

Votre inscription dans le bottin électronique n'est plus à jour ? Vous avez des nouvelles données à nous communiquer ou à corriger ? En tout temps, vous pouvez modifier votre inscription en vous servant de la fiche de renseignements que nous avons publiée dans l'info-SARTEC de mars 2002.

La fiche de renseignements est également disponible dans notre site Internet.

Pour plus d'information, veuillez communiquer avec Nicole Claveau au (514) 526-9196 ou [information@sartec.qc.ca](mailto:information@sartec.qc.ca)

d'impôt est le principal instrument qui nous fait investir comme société dans les séries d'animation, et que ce crédit d'impôt n'est pas un instrument culturel. Il nous est dès lors très difficile de s'en servir comme levier pour mieux rendre compte d'objectifs culturels et corriger des situations aberrantes comme celle du français en animation. L'audiovisuel est une industrie, certes, mais il ne faut pas oublier qu'il s'agit d'une industrie très subventionnée qui a été créée pour remplir d'abord et avant tout un mandat culturel.



est publié par la SARTEC dont les bureaux sont situés au 1229, rue Panet Montréal (Québec) H2L 2Y6  
Téléphone : (514) 526-9196  
Télécopieur : (514) 526-4124  
[information@sartec.qc.ca](mailto:information@sartec.qc.ca)  
[www.sartec.qc.ca](http://www.sartec.qc.ca)

La SARTEC défend les intérêts de ses membres dans le secteur audiovisuel (cinéma, télévision, radio) et est signataire d'ententes collectives avec Radio-Canada, Télé-Québec, TVA, Carrefour, l'ONF, l'APFTQ et TV5.

### CONSEIL D'ADMINISTRATION

Présidente :

Annie Piérard

Vice-président :

Mario Bolduc

Trésorière :

Sylvie Lussier

Secrétaire :

Joanne Arseneau

Administrateurs et administratrices :

Suzanne Aubry

Marie Cadieux

Marc Grégoire

Isabelle Raynauld

Marc Roberge

### SECRÉTARIAT

Directeur général :

Yves Légaré

Directrice adjointe :

Valérie Dandurand

Conseillère en relations de travail :

Suzanne Lacoursière

Secrétaire-réceptionniste :

Nicole Claveau

Administratrice :

Diane Archambault

Adjointe administrative :

Micheline Giroux

Commis à l'entrée de données :

Mireille Lagacé

Responsable des communications :

Manon Gagnon

### APPELS À FRAIS VIRÉS

Les membres hors Montréal ne doivent pas hésiter à faire virer leurs frais d'interurbain pour communiquer avec la SARTEC.

Conception graphique et montage :

Jean Yves Collette

Impression :

L'Ancre de couleur inc.

## Pourquoi écrire ?

L'IDÉE de ce billet m'est venue il y a quelques mois, d'un cri du cœur poussé au terme d'une interminable journée de travail située au cœur d'une interminable semaine, elle-même perdue dans une interminable série de mois apparemment sans fin et sans plaisir. Oui, pourquoi écrire alors que c'est si pénible, frustrant, contrariant, épuisant ? Pourquoi, alors qu'une journée, voire même une semaine complète de travail peut être réduite à néant par un simple coup de téléphone annonçant une indisponibilité d'acteur, une restriction budgétaire ou un « malaise » du diffuseur ? Pourquoi, alors que les plus belles intrigues, les plus beaux développements dramatiques ou les plus originales péripéties sont à la merci d'un véto qui peut venir d'absolument n'importe où et pour absolument n'importe quelle raison ? Alors que non seulement je dois porter, mettre au monde, nourrir, torcher et élever cet enfant-monstre qu'est une émission de télé, mais en plus, c'est « la gardienne » qui décide de tout, de l'heure des boires, du nombre de couches à changer, de la couleur du pyjama et des berceuses que je dois chanter ?

Bref, j'étais dans un tel état d'épuisement et d'exaspération que je me demandais sérieusement par quelle aberration mentale je continuais à souquer dans cette galère. Mais ce cri du cœur n'était pas qu'une boutade libératrice lancée aux quatre vents, sans espoir

par Francine Tougas



de réponse ! Je voulais sincèrement savoir, et à défaut de comprendre, du moins grappiller des bribes d'explication. C'est alors que j'ai eu l'idée de faire une enquête, sorte de sondage informel auprès des auteurs que je connaissais – et même de ceux que je ne connaissais pas. La question projetée était celle-ci : « Pourquoi écrivez-vous pour la télévision et, compte

*Est-ce que je demande à Jérémy pourquoi il passe des heures à parler à ses petites autos ?*

tenu du fait universellement reconnu que ce travail est un enfer, pourquoi persistez-vous à le faire ? »

Je me suis rendu compte assez rapidement que ma question était biaisée, comportait un vice de forme patent et que personne ne pourrait répondre de façon satisfaisante et, surtout, sincère, à une question formulée avec autant de mauvaise foi. Et c'est là que j'ai commencé à branler dans le manche, à discuter âprement et longuement avec moi-même,

bref : à reculer. C'est que, voyez-vous, il m'est tout à coup venue une idée saisissante : peut-être que j'étais la seule à vivre cela comme un enfer ? Sans doute était-ce la preuve irréfutable – si j'en manquais – que j'étais une sans-talent, une paresseuse et une lâche d'être tellement éprouvée par cette simple tâche. (Quand je file pas, ma mauvaise foi à mon propre égard est aussi forte qu'à l'égard de n'importe qui ou n'importe quoi...) Donc, j'ai cru que je ferais rire de moi avec ma question et me suis abstenue. De toute façon, j'étais embourbée dans un marais d'échéances impossibles à rencontrer et affligée d'une incapacité presque pathologique à penser à quoi que ce soit d'autre qu'à la liste de mes inaptitudes.

Puis, le temps a passé.

Aujourd'hui, nous sommes le 14 juin 2002 et Jérémy fête ses deux ans d'existence.

Demain midi, j'irai à la fête organisée par ma fille et donnerai au petit trésor les quelques présents que j'ai choisis pour lui avec amour. J'ai surtout hâte qu'il voie le tapis décoré de routes, de chemins de fer, de villages et de personnages, sur lequel il va pouvoir faire rouler ses petites autos,

*suite à la page 4*

## Pourquoi écrire ?

en babillant des histoires extravagantes de vroom vroom, d'accidents explosifs, de bobos à consoler, de ba-byes navrés et de retours enthousiastes.

Aujourd'hui, il fait soleil – fait rare – et c'est dans ma petite cour fleurie et verdoyante que j'essaie de répondre à cette question formulée alors que l'hiver nous quittait à peine. Ma tâche est d'autant plus difficile que ça fait maintenant près de deux mois que je n'écris plus. Je veux dire... que je n'écris plus pour la télé, cette ogresse vorace, cette maîtresse insatiable, ce bébé-requin affamé. Vacances bien méritées ou chômage volontaire, appelez comme vous voulez cette trêve que j'observe, le fait est que je me sens bien, euphorique, libre ! Et comme je suis, à l'instar des fourmis qui butinent en ce moment-même les boutons de fleurs de mes pivoinés, économe et prévoyante, je compte bien profiter de cette liberté pendant longtemps encore. Mais, je ne me leurre pas : la question reste et je devrai y répondre tôt ou tard.

**P**ourquoi écrire ? Pourquoi, dans un avenir plus ou moins proche, me remettrai-je à m'agiter mentalement, à fouiller dans mes tiroirs à la recherche d'une ancienne bonne idée, ou à me faire des remue-ménages privés pour en trouver de nouvelles ? Pourquoi accepterai-je de lire le projet d'une amie auteure, ou de parler à son producteur d'une possibilité d'écriture conjointe ? Pourquoi ?

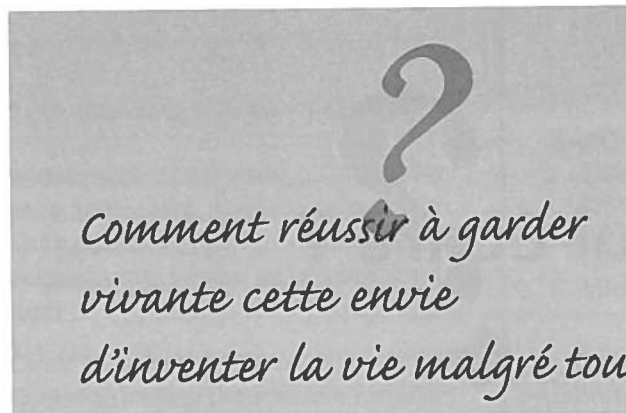
— Parce que je dois gagner ma vie et que c'est en exerçant mon métier que j'ai la meilleure chance de le faire...

— Quoi ? Est-ce que j'entends bien ? Tu écris pour DE L'ARGENT ?

— Non non... Du calme ! C'était une farce...

— J'espère, parce que ça serait vraiment... minable !

— Eille ! Écoute-moi bien la vierge offensée, le restant d'hippie, le reliquat de 68... Y a rien de honteux à gagner sa vie, okay ?



— C'est sûr ! Mais viens pas me dire que c'est pour ça que tu écris ! Quand tu capotais, au mois de mars, parce que tu t'arrachais péniblement chaque mot, comme une écharde plantée dans le cœur, ça te faisait une belle jambe, hein, de recevoir ton chèque ? Est-ce que ça a aidé ne fût-ce, qu'une réplique à sortir, une émotion à surgir au détour d'une scène ? Hein ?

— Euh... Non, pas vraiment.

— Ben, viens pas me casser les oreilles avec tes raisons oiseuses ! Pour gagner ta vie ? Franchement !

**À** ce moment, ma voisine est sortie sur son balcon et m'a parlé quelques instants, apportant une diversion bienvenue. Mais elle n'est pas aussitôt rentrée que je replonge.

Pourquoi écrire, donc. Mais quelle drôle de question ! Est-ce que je demande à Jérémy pourquoi il passe des heures à parler à ses petites autos ? Non, parce que je sais pourquoi. Je sais qu'il s'explique, qu'il réinvente, qu'il comprend et prend possession du monde en faisant rouler un petit jouet de métal sur le plancher de la cuisine ou sur le tapis offert par sa grand-mère. Je le sais, parce que je me souviens de l'avoir fait avec des cailloux, une petite pelle, un seau, une poignée de sable et un trou d'eau dans ma cour, quand j'avais son âge. Moi, je faisais la cuisine et inventais des recettes de « mélange à la chapeloukine » que je faisais ensuite goûter à mes toutous.

Parfois je me dis que c'est là, assise dans le carré de sable, les mains pleines

de boulette, que j'ai appris tout ce que je sais, que je suis devenue ce que je suis. Et quand j'écris, quand je fais mon métier, quand mon écran d'ordinateur se remplit de mots, de répliques, d'émotions et de rires,

c'est la même petite fille à la robe sale et aux cheveux pleins de sable qui se raconte des histoires, qui concocte des mélanges aux noms étranges, qui met le monde à sa main.

En fait, la véritable question n'est pas *pourquoi* écrire, mais bien *comment*. Comment réussir à garder vivante cette envie d'inventer la vie malgré tout, malgré les horaires, les exigences, les critiques, les erreurs des autres, les miennes, la fatigue constante, les pannes, les trous, les paralysies subites de l'esprit, les tendinites, les maux de dos, les problèmes de digestion, et j'arrête avant de « tomber » dans ma ménopause ! Comment, bref, écrire et y survivre ?

**L**e soleil s'est caché et il fait tout à coup plus froid dans ma petite cour. Je vais rentrer et commencer à préparer le souper. Ce soir, je vais regarder la vidéo d'un film que j'ai vu cet hiver et bien aimé. Demain, c'est la fête pour Jérémy, après demain, je ne sais pas. Je vais peut-être jardiner ou passer la journée à lire, s'il pleut. Pour le reste de l'été, j'ai plein de projets. J'en réaliserai certains, d'autres pas. Peu importe, je suis en vacances. Je suis libre. Et je prendrai le temps de bien réfléchir à la question du *comment*, pour le jour où l'ogresse viendra me reprendre... J'espère trouver la réponse d'ici là, mais pour le moment, j'ai l'intuition qu'elle se situe quelque part entre un carré de sable, un tapis de course et un jardin aux mille fleurs où il fait soleil même sous la pluie tant la jardinière a le désir d'y voir la vie naître, pousser, se transformer et exulter.

# Trois écritures, dites-vous ?



par Carmel Dumas

J'AI RATÉ les rendez-vous. Zut. Merci Info-SARTEC de m'avoir permis d'être un peu là. Et de rugir quand Diane Cailhier me rapporte les propos du monteur Richard Comeau qui se réclame du prix de meilleur scénariste (ou presque). Et de me poser un tas de questions existentielles lorsque Yanick Comeau nous dit qu'Hélène Girard voit la scénarisation, la réalisation et le montage comme étant les trois « écritures » d'une œuvre. ÉCRITURES ? Ben voyons donc, Hélène. Les trois moutures, peut-être ? Les trois étapes de gestation avant d'annoncer que Jérémie ou Junior est enfin arrivé, en santé et prêt à courir le monde, le papa, la maman et toute la famille ben contents ? Enfin – on comprend ce qu'elle veut dire. La théorie des trois écritures est d'ailleurs tellement répandue qu'elle n'irrite plus que nos oreilles à nous, travailleurs de l'ombre (ou presque), manipulateurs de crayons et bourreaux de claviers qui nous adonnons – hé oui – à l'ÉCRITURE ! C'est à cette étape, à cette mouture, à ce premier acte concret, que l'idée, la chose, l'œuvre, sort de l'ombre et commence à se diriger vers le feu des projecteurs.

J'ai raté les rendez-vous. J'étais occupée à réaliser. Quand je n'étais pas sur le plateau, j'étais en salle de montage. Trois écritures, dites-vous ? Ben voyons donc ! Quelle dangereuse revendication ! Quelle vilaine bataille de coqs ! À accoler le mot écriture à chaque acte de créativité

structurante, on ne fait qu'amoindrir l'apport essentiel de chacun des créateurs sans qu'une œuvre ne verrait jamais le jour. On vide de son sens l'expression « œuvre d'auteur », qui désigne l'œuvre pour laquelle une seule et même personne ne se met la tête sur le billot en criant : « Qui m'aime me suive ! ». On ouvre grand la porte à l'encan des signatures, un encan fréquenté assidûment par les

il fera claquer les portes plutôt que de les ouvrir. Ou ils s'acharnent à salir le nom du voisin en espérant au moins lui couper l'herbe sous les pieds s'il ose reluquer leurs platebandes. On sait ce que ça vaut. Tous les vieux pros nous le disent – c'est la jungle, les amis, mais l'important, c'est d'être respecté, reconnu par ceux qui connaissent, qui vivent le métier. Et le respect, ça ne se mérite pas en disant qu'on

a fait la job de l'autre. Ça se gagne en faisant bien la job qu'on a à faire et en exigeant que les autres en fassent autant. Si on ne sait plus qui fait quoi dans nos productions, si on s'acharne sur la place publique à dénigrer la chaîne de création essentielle à la naissance d'une œuvre,

c'est qu'on a besoin d'un sérieux contrôle de qualité.

En lisant mes collègues dans Info-SARTEC, je lis des lettres d'amour. Je me rapproche de gens qui aiment ce qu'ils font, qui réfléchissent à un monde de création meilleur. Et je me dis qu'il faut redonner au plus sacrant sa dignité à chacune de ces professions qui sont aussi des arts, et sans lesquelles il n'y aurait pas d'œuvres. Au sein de ces corps professionnels

*Trois écritures, dites-vous.  
Je dis non, catégoriquement non.*

producteurs qui ont besoin de gros noms pour aller chercher des gros sous. Alors, restons sur nos gardes.

Ce n'est un secret pour personne – pour survivre dans le métier, il faut avoir un nom. Et se faire un nom, c'est souvent le travail d'une vie. Sur l'autoroute des communications, ceux qui voyagent à haute vitesse vers la fortune et la gloire sont pressés, trop pressés pour prendre le temps de se faire un nom. Alors, ils s'en volent un. Ou ils s'en inventent un de toutes pièces, quitte à le changer quand

suite à la page 6

## Trois écritures, dites-vous ?

qui sont aussi des communautés d'artistes, on retrouve de génération en génération de jeunes talents prometteurs, de vieux routiers, des génies, des maîtres, des déçus et des ratés. Mais quand tout est dit et fait, il reste que les bâtisseurs d'œuvres télévisuelles et cinématographiques sont des artisans, des Compagnons dans le sens noble et archaïque du terme. Si les Compagnons se tenaient les coudes serrés, les imposteurs et les incompetents auraient l'arnaque moins facile.

Trois écritures, dites-vous. Mon opinion – comme on dit – n'engage personne d'autre que moi. Je dis non, catégoriquement non. L'écriture, au-delà de la technique, du talent et des différentes structures de production, c'est indéniablement l'étape qui exige le plus de don de soi et de créativité pure. C'est arracher à sa vie intérieure, à sa perception du monde, à tous ces éléments de l'intelligence qui sont aussi insaisissables que le vent, l'air, l'eau et le feu – une idée. Un scénario, c'est le souffle de vie d'une œuvre. C'est aussi – ne l'oublions pas – le passeport qui permet de mettre le pied dans les institutions. C'est le bon de crédit des maisons de production. Nous avons tous vu des scénarios indignes. Nous avons tous vu des bijoux de scénarios massacrés. Bon ou mauvais, le scénario reste la référence pour juger de l'apport de ceux qui le portent à l'écran. Et à bien y penser, il faut être très généreux pour écrire un scénario, car on sait qu'au bout de tant de travail solitaire, ce qu'on a fait va nous être brutalement arraché. Car la machine qui se met en branle quand une œuvre entre en production est d'une brutalité inouïe.

Et c'est là le grand défi du créateur qui signe la réalisation : mettre des nuances

dans un déploiement technique qui ressemble à la course d'une ambulance dans la ville à l'heure de pointe. Car autant le scénariste travaille dans l'isolement, autant le réalisateur travaille dans la circulation intense. À la fois chef d'orchestre

plus rare qu'on le pense, si on regarde le métier à travers la loupe de la production télévisuelle. Les scénaristes et les réalisateurs d'aujourd'hui semblent descendre en ligne directe de l'école du cinéma où les mots auteurs, scénaristes,

réalisateurs et monteurs avaient leur sens et leur juste place. Mais le monteur film et les as de l'AVID et cie ne sont pas nés sur la même planète. Heureux sont ceux qui voyagent dans

l'espace du temps et de l'imaginaire ! Il y a, sur toute route, un petit Prince. Je l'ai rencontré... quelques fois.

*Un scénario,  
c'est le souffle de vie d'une œuvre.*

*Le scénario reste la référence pour juger  
de l'apport de ceux qui le portent à l'écran.*

et contremaître, répondant devant dieu et devant les autres qui se prennent pour dieu... le réalisateur n'a pas – n'a plus – le temps d'écrire. Son leitmotiv, c'est : « Action ! ». C'est à la réalisation que le plan de l'architecte devient maison, que la partition devient concert, que le texte devient image. Et quand ça va trop vite, quand le chaos frappe à la porte, pour trouver le nord le réalisateur se fie à son instinct bien sûr, mais aussi à sa boussole... le scénario. Même quand on l'a écrit soi-même, ce scénario, et qu'on est sûr de posséder son sujet à fond, on est souvent étonné, dans la frénésie de la production, de se rendre compte à quel point il est utile de s'y référer.

Et vient le montage. Trop de réalisateurs déposent les œuvres à la porte de la salle de montage comme on abandonne des bébés qui sont devenus trop compliqués, qui demandent trop de temps, trop d'attention, et qui ne rapportent pas d'argent. Alors, comment reprocher à certains monteurs de sauter comme des enfants sur les formes primaires et les couleurs vives et de jouer avec « le matériel » comme s'il s'agissait de blocs Lego ? Un bon monteur, c'est

### Deux décisions arbitrales en faveur des auteurs

La SARTEC a obtenu deux décisions arbitrales condamnant des producteurs à verser des cachets dus aux auteurs.

Le premier grief a été déposé à l'encontre du producteur IPSO FACTO A.V.E. INC. pour le non-paiement d'un cachet d'écriture pour un projet en télévision. L'arbitre a condamné le producteur à verser le cachet, les contributions et les prélèvements ainsi que les intérêts.

Le deuxième grief a été déposé à l'encontre des FILMS DE L'ISLE et des PRODUCTIONS MAX ET LA LIONNE, pour le non-paiement du cachet de production pour l'œuvre cinématographique *YellowKnife*. L'arbitre a condamné le producteur à verser au complet le cachet de production et les intérêts.

# Les Ateliers d'écriture Équinoxe

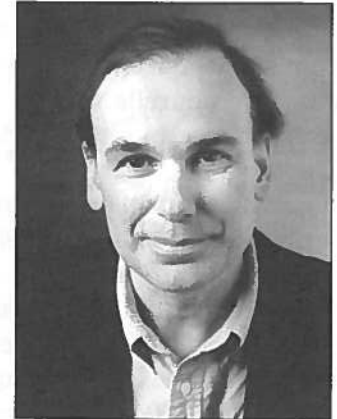


PHOTO : MICHEL DUBREUIL

par Mario Bolduc

TOUTS les scénaristes le savent : écrire n'est que la première étape du travail. Il faut ensuite « vendre » son texte, défendre ses idées, tenir compte (ou non) des commentaires émis par ceux qui sont liés au projet. C'est un exercice douloureux parfois, mais nécessaire, et auquel nous sommes tous confrontés.

Certaines expériences sont plus stimulantes que d'autres. En avril dernier, j'ai eu la chance de participer aux ateliers d'écriture Équinoxe avec *Le Contrat*, un scénario de long métrage que je développe pour Pierre Gendron, de Bloom Films.

Créés par Noëlle Deschamps il y a neuf ans, présidés par Jeanne Moreau, ces ateliers se tiennent deux fois par année au Château Beychevelle, près de Bordeaux. Il s'agit de sessions de travail intensives avec des professionnels de la scénarisation d'Europe et des États-Unis. Objectif : consolider les points forts des scénarios et corriger leurs faiblesses. Cette année, j'y participais en compagnie de sept autres scénaristes de France, Belgique, Espagne, Australie, Allemagne et Autriche.

Pendant une semaine, mon scénario a été « disséqué » par Emmanuel Carrère, l'auteur des romans *La Classe de neige* (dont il a écrit l'adaptation pour le cinéma) et *L'Adversaire*, scénarisé par

Jacques Fieschi, également présent à Équinoxe ; Yves Deschamps, le monteur des films de Jean-Jacques Beineix ; Richard Dembo, l'auteur de *La Diagonale du fou*, Joël Hopkins, le scénariste et réalisateur britannique de *Jump Tomorrow* ; Sydney Pollack, le réalisateur de *Tootsie* et *Out of Africa* ; Jim Hart, le scénariste de *Dracula* (réalisé par Francis Ford Coppola) et *Hook* (Steven Spielberg) ; et, finalement, par Stephen Schiff, le scénariste de *Lolita* (Adrian Lyne) et *True Crime* (Clint Eastwood).

à Beychevelle, ceux-ci se réunissent chaque matin pour faire part à leurs collègues de leurs commentaires sur les textes et préciser leurs champs d'intervention.

Ensuite, ils rencontrent les scénaristes en sessions individuelles de travail, à raison de deux heures le matin et de deux heures l'après-midi. Des entretiens stimulants, très productifs, qui permettent d'identifier des problèmes (structure, développement des personnages...) et de suggérer des solutions.

Le lendemain, une fois que les intervenants ont fait le point sur les ateliers de la veille, les sessions reprennent. Chaque scénario est commenté par un autre professionnel, qui creuse le travail de son prédécesseur ou propose de nouvelles pistes d'écriture, et ainsi de suite tout au long de la semaine.

À la fin du séjour, les scénaristes (parfois accompagnés du réalisateur ou du producteur) font le bilan des ateliers et expliquent

*Chaque projet a été analysé  
en fonction de son contenu  
et de l'univers dans lequel il s'inscrit,  
sans vouloir à tout prix l'insérer  
dans un moule ou dans une formule.*

Le mode de fonctionnement est simple, mais efficace. Les scénarios sont traduits en anglais ou en français selon le cas, et envoyé aux intervenants plusieurs semaines à l'avance. Une fois

suite à la page 8

# Équinoxe

les changements envisagés au scénario. Ils ont ensuite quelques mois pour soumettre une nouvelle version, qui sera lue et commentée par l'un des intervenants.

L'organisation est solide, bien rodée (j'ai participé à la 18<sup>e</sup> édition) et elle a fait ses preuves. En neuf ans, 54 scénarios sélectionnés ont été produits, notamment *Little Senegal* (Rachid Bouchareb), *Sur mes lèvres* (Jacques Audiard), *Saint-Cyr* (Patricia Mazuy), *Serial Lover* (James Huth), *Ma vie en rose* (Alain Berliner) et plusieurs autres films d'Irlande, du Portugal, d'Argentine, d'Australie, de Pologne et de Grande-Bretagne...

## Soumettre un scénario...

Un scénariste peut participer à Équinoxe de deux façons, soit en proposant un scénario directement, ou alors par l'intermédiaire de producteurs, agents ou organismes liés à Équinoxe. Le Centre national de la cinématographie (CNC), Canal + Espagne, Équinoxe Germany, l'Australian Film Commission, par exemple, soumettent eux-mêmes des scénarios qu'ils ont sélectionnés.

Au Canada, ce travail est effectué par Radio-Canada. C'est par l'intermédiaire de Suzanne Laverdière, directrice de la production extérieure, des acquisitions et du long métrage à la SRC, que *Le Contrat* a été proposé à Équinoxe et choisi parmi près de trois cents projets.

Plusieurs scénarios viennent d'auteurs accomplis. Alain Berliner, par exemple, a participé à Équinoxe comme scénariste (pour *Ma vie en rose*), il est revenu ensuite à titre d'intervenant, et il était de retour cette année avec son prochain long métrage. Comme invité, Jacques Audiard a constaté à quel point les ateliers pouvaient aider les scénaristes.

L'année suivante, il s'est soumis à l'exercice avec son projet *Sur mes lèvres*.

Ce qui m'a impressionné le plus au cours de la semaine, c'est le sérieux et le professionnalisme des intervenants. Ils connaissent à fond chaque scénario, ils ont lu et relu les textes, en ont discuté avec leurs collègues. De plus, leurs commentaires respectent l'univers et les intentions du scénariste.

Malgré la présence de plusieurs professionnels américains, personne n'a fait l'apologie de la méthode hollywoodienne « pure et dure », préconisée par Syd Field et autres gourous de la scénarisation. Chaque projet a été analysé en fonction de son contenu et de l'univers dans lequel il s'inscrit, sans vouloir à tout prix l'insérer dans un moule ou dans une formule.

Par ailleurs, j'ai été surpris de constater que *Le Contrat* pouvait intéresser des gens qui ne connaissent rien de la culture québécoise. J'ai écrit cette histoire sans me soucier un seul instant de rejoindre un public international et, pourtant, jamais on a trouvé que mon scénario traitait d'un sujet local. Le niveau de langage des dialogues a, bien sûr, suscité des interrogations et des incompréhensions de la part de certains participants français, mais pas plus, disons, que *Trainspotting* a pu en susciter auprès du public nord-américain. Pour les anglophones, mon scénario a pu être apprécié sans difficulté.

Résultat : je suis convaincu d'avoir amélioré *Le Contrat*, mais aussi d'avoir modifié pour le mieux ma façon d'écrire et de raconter une histoire. Ce qui devrait avoir un impact sur mes prochains scénarios...

Une expérience très enrichissante, que je souhaite à tous les auteurs...

## - À vos claviers -

### Programme d'aide à l'écriture de scénarios - TÉLÉFILM Canada

Projets de long métrage de fiction  
Date de dépôt : le 16 septembre 2002

Pour information : Brigitte Dupré  
téléphone : (514) 283-6363  
ou 1 (800) 567-0890  
DUPREB@Telefilm.gc.ca  
www.telefilm.gc.ca

### Programme d'aide aux jeunes créateurs - SODEC

Scénarisation

Pour une quatrième année, la SODEC organise une session de présentation de synopsis de courts métrages de moins de quinze minutes lors de la prochaine édition du Festival international nouveau cinéma et nouveaux médias de Montréal (FCMM).

Inscription : 9 septembre 2002

Pour information : [www.sodec.gouv.qc.ca](http://www.sodec.gouv.qc.ca)

Inscrivez-vous à l'adresse suivante :  
[info@jeunescreateurs.sodec.gouv.qc.ca](mailto:info@jeunescreateurs.sodec.gouv.qc.ca)

Et déposez votre synopsis, accompagné de deux scènes dialoguées, au plus tard le lundi 16 septembre 2002.

## 3W - à découvrir

Le nouveau site Internet de Téléfilm Canada est en ligne depuis le 31 mai dernier. Un nouveau look, plus fonctionnel et surtout, plus convivial. Il est maintenant possible de s'abonner à un service de nouvelles et même personnaliser le site en fonction de vos besoins ou de vos intérêts.

[www.telefilm.gc.ca](http://www.telefilm.gc.ca)

# Le programme d'aide à l'écriture de scénario : un bilan

par Mario Bolduc

*En mars 2001, Téléfilm Canada publiait la liste des premiers projets financés dans le cadre du Programme d'aide à l'écriture de scénarios, créé en octobre 2000 en collaboration avec la SARTEC et la Writers Guild of Canada. Aujourd'hui, où en sommes-nous ? Pour faire le point, la SARTEC a communiqué avec Brigitte Dupré, coordonnatrice du programme au bureau du Québec de Téléfilm Canada, qui nous a transmis des données statistiques et des commentaires généraux des membres des jurys.*

UNE chose est sûre : le programme a suscité beaucoup d'enthousiasme de la part des scénaristes. Pour la première étape, du synopsis au scène-à-scène, 160 projets en langue française ont été analysés. De ce nombre, 50 projets ont été acceptés, soit un peu plus de 31 % des demandes. À l'étape de l'écriture de la première version dialoguée, 57 projets ont été soumis, dont 18 acceptés (32 %) pour un total de 217 projets admissibles. Onze des projets acceptés à la deuxième étape avaient déjà reçu l'appui de Téléfilm pour l'écriture du scène-à-scène. Il est à noter que ces données ne tiennent pas compte des résultats du concours de mai 2002, qui seront divulgués en juillet.

D'où viennent ces projets ? Selon Téléfilm Canada, 51 % des demandes ont été soumises par des scénaristes ayant aussi

de l'expérience comme réalisateurs. Les scénaristes qui ont déjà travaillé en long métrage ont présenté 41 % des projets, par rapport à 37 % pour les scénaristes qui ont déjà écrit pour la télévision. Les auteurs de courts métrages et de documentaires complètent ce tableau, avec 15 % et 7 % de projets admissibles. Dans le cas de 54 % des demandes, les scénaristes mentionnent qu'ils souhaitent travailler avec un conseiller à la scénarisation.

Le bureau du Québec de Téléfilm Canada a aussi reçu 88 projets en anglais, dont 16 ont été acceptés pour l'écriture du scène-à-scène et cinq pour la première version dialoguées. De ce nombre, trois projets avaient reçu le soutien de Téléfilm à la première étape.

## Les jurys

Les demandes sont analysées par des jurys distincts pour le français et l'anglais. À partir d'une liste de pairs soumise par la SARTEC, Téléfilm Canada choisit trois scénaristes, auxquels viendront se joindre un producteur, un réalisateur et/ou un distributeur de longs métrages. Téléfilm complète la liste soumise par la SARTEC en incluant tous les scénaristes ayant au moins un long métrage produit à leur actif, ainsi que les auteurs ayant reçu une réponse favorable du jury dans

le cadre du programme. À chaque fois, on s'assure que les membres des jurys ont des expériences variées et qu'ils sont représentatifs de plusieurs genres de films.

Les commentaires de ces professionnels sont intéressants. Selon Brigitte Dupré, ils apprécient la variété des projets soumis, qui vont des « films d'auteur » très personnels aux scénarios qui s'adressent au grand public. Mais ils constatent fréquemment que les synopsis ne sont pas révélateurs du potentiel de l'histoire à raconter. Certains synopsis sont confus ou mal élaborés, ce qui dilue leur attrait auprès des lecteurs. Les résumés qui accompagnent les synopsis sont également trop longs – selon les membres du jury, cinq à dix lignes sont suffisantes pour résumer le projet.

Par ailleurs, il est souvent difficile d'identifier le genre de l'histoire et le ton que l'auteur veut lui donner. Si les scénaristes précisaient davantage leur vision ou leurs intentions d'écriture, leur projet pourrait être mieux apprécié au moment de l'évaluation.

Pour la deuxième étape (écriture de la première version dialoguée), la prise de décision est en général plus facile, puisque les projets sont déjà avancés et que, par conséquent, les intentions des

*suite à la page 10*

## Le programme d'aide à l'écriture de scénario

auteurs sont plus claires. Cependant, il peut arriver que le jury recommande qu'un conseiller à la scénarisation collabore avec le scénariste.

Les membres des comités apprécient également le fait de ne pas connaître l'identité des auteurs au moment de l'évaluation et de la prise de décision des projets, ce qui leur permet de juger les œuvres d'une manière plus objective.

### Des producteurs intéressés...

Le programme est encore nouveau mais, déjà, il obtient des résultats encourageants. Des 68 projets acceptés, 30 d'entre eux (dont 5 versions dialoguées) sont maintenant complétés à l'une ou l'autre des deux étapes du programme.

Et les producteurs semblent être au rendez-vous. À la suite de la publication des œuvres sélectionnées sur le site Internet de Téléfilm, des scénaristes ont été approchés par des maisons de production. Des négociations sont en cours.

Des cinq projets complétés à l'étape de la première version dialoguée, deux d'entre eux ont déjà été acquis par des producteurs, qui en poursuivent le développement dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages. L'arrimage avec les autres programmes de Téléfilm ne semble donc pas poser de problèmes.

D'ailleurs, afin de susciter encore plus l'intérêt des producteurs, Téléfilm songe à organiser prochainement une rencontre entre des scénaristes dont les projets ont bénéficié d'un soutien financier à l'étape 2 (première version dialoguée), et des producteurs de longs métrages susceptibles d'être intéressés par ces scénarios.

En conclusion, le *Programme d'aide à l'écriture de scénarios* est sur la bonne voie. Aux scénaristes et dramaturges (récemment admissibles au programme) de soumettre des projets...

## - Dates à retenir -

### Fonds accessibles aux producteurs

#### Fonds du long métrage du Canada

- TÉLÉFILM Canada

Programme principal Longs métrages

Dates de dépôt : 16 septembre 2002

Pour information : Brigitte Dupré

téléphone : (514) 283-6363

ou 1 (800) 567-0890

DUPREB@Telefilm.gc.ca

www.telefilm.gc.ca

#### Fonds des nouveaux médias du Canada

- TÉLÉFILM

Aide aux produits, à la distribution

et au développement sectoriel

Dates limites : 3 septembre 2002

Pour information : Bruno Légaré

tél.éléphone : (514) 283-6363

ou LEGAREB@Telefilm.gc.ca

www.telefilm.gc.ca

#### Programme d'aide à la production 2002-2003

- SODEC

Coproductions minoritaires

Dépôt : du 1<sup>er</sup> avril au 15 septembre

Longs métrages fiction

- secteur indépendant (volet 1.2)

Dépôt : 15 septembre 2002

et 15 février 2003

Courts métrages fiction (volet 2)

Dépôt : 15 septembre

Documentaires œuvres uniques (volet 4)

Dépôt : 4 octobre

téléphone : (514) 841-2200

ou 1 (800) 363-0401

télécopieur : (514) 864-3949

www.sodec.gouv.qc.ca

### Programme jeunes créateurs

- SODEC

Volets Aide à la scénarisation

et Aide à la distribution

Dépôt : en tout temps

Volet Aide à la production

Dépôt : 1<sup>er</sup> octobre 2002 et 1<sup>er</sup> mars 2003

téléphone : (514) 841-2200

ou 1 (800) 363-0401

télécopieur : (514) 864-3949

www.sodec.gouv.qc.ca

### Fonds Cogeco

Programme pour la production

de développement d'émissions

Date limite : 15 octobre 2002

Pour information :

téléphone : (514) 737-9969

télécopieur : (514) 737-9908

www.ipf.ca / fipinfo@ifp.ca

### Fonds indépendant de production

Programme pour la production de séries

et subventions aux entreprises et

aux associations œuvrant dans dans

le domaine de la télévision

Dates limites : 1<sup>er</sup> octobre 2002

Pour information :

téléphone : (514) 737-9969

télécopieur : (514) 737-9908

www.ipf.ca / fipinfo@ifp.ca

### Fonds Bell

Fonds de la radiodiffusion et

des nouveaux médias

Date limite : 1<sup>er</sup> octobre 2002

Pour information :

téléphone : (514) 737-1337

télécopieur : (514) 737-9908

www.bell.ca/fonds

fondsbell@ifp.ca

# Où s'en va le multimédia au Québec ?

*Le Réseau de l'industrie numérique du Québec connu sous le nom d'Alliance numériQC, organisait le 1<sup>er</sup> mai dernier la Journée numériQC. Cette journée était composée de divers ateliers visant à dresser un bilan de l'évolution de l'industrie québécoise du multimédia. Votre humble serviteur a assisté à deux de ces ateliers et vous propose ici un compte-rendu de celles-ci.*

*par Marc Roberge*



PHOTO : MICHEL DUBREUIL

**P**OUR débiter la journée, Hervé Fischer<sup>1</sup>, un observateur critique reconnu, a dressé un état des lieux sur les grandes tendances de l'industrie du multimédia au Québec. Il a d'abord rappelé que le pourcentage de contenu francophone qu'on retrouve sur le réseau Internet ne se situe qu'à un maigre 2 %. Il y a donc encore beaucoup à faire pour la création de contenu de qualité en français sur le réseau.

Mais qui doit être le moteur de la création du contenu ? Selon monsieur Fischer, à l'exception de la Silicon Valley, où une véritable industrie privée de production de contenu interactif s'est développée, tous les autres exemples comportent une large implication financière des gouvernements. « Pour créer des contenus de qualité sur le Web, il faut une intervention volontariste des différents paliers de gouvernement », de dire

le chercheur. Monsieur Fischer n'hésite pas à critiquer certaines stratégies économiques du gouvernement québécois qui ont conduit à l'implantation de multinationales telle Ubisoft. Ces stratégies relèvent selon lui d'un paradoxe : le gouvernement du Québec cherche à favoriser l'émergence de produits multimédias québécois originaux pouvant être exportés de par le monde d'un côté ; alors que de l'autre côté, il crée des conditions économiques favorables à l'implantation de géants qui sont les concurrents directs des producteurs multimédias québécois.

Vous vous demandez quel impact ont ces choix sur le sort des scénaristes. C'est simple, la plupart des créateurs multimédias québécois vont se retrouver à jouer un rôle « d'adaptateur » de produits au marché nord-américain plutôt que de jouer un rôle de développeur de nouveaux produits susceptibles d'être exportés et donc de créer des emplois pour d'autres créateurs d'ici. Hervé Fischer a rappelé que plus de 60 % des foyers canadiens sont maintenant branchés à Internet et que 90 % des jeunes ont accès au réseau soit à la maison, soit à l'école. Il s'agit de toute une génération, on parle des seize ans et moins, qui pousse en utilisant le réseau Internet de façon quotidienne. Selon le chercheur, il est impératif de développer des contenus de qualité ici même, sinon les besoins

grandissants de contenus vont être résolus en traduisant des contenus produits ailleurs et donc culturellement inadaptés à notre réalité.

Mais d'où vient le problème du manque de développement de contenu québécois ? De la petitesse du marché québécois d'une part, il est impossible de rentabiliser des titres multimédias en visant uniquement le marché québécois, les producteurs doivent nécessairement viser les marchés internationaux donc prévoir des adaptations selon les différents marchés visés. Mais d'autre part, et c'est là que monsieur Fischer sort de la rhétorique économique habituelle du « on-est-trop-petit-donc-on-doit-se-contenter-des-miettes », en soutenant que les créateurs de contenus québécois doivent impérativement développer une stratégie globale visant à promouvoir le développement de contenus multimédia québécois. Il lance moitié blagueur, moitié sérieux : « Pourquoi pas une ligne téléphonique 1-800-CULTURE NUMÉRIQUE ? Ça vaut bien l'opéra ou des sommes importantes sont investies par les ministères de la Culture ! » Il faut selon le chercheur développer des outils permettant d'augmenter la visibilité des contenus multimédia québécois de qualité. Cette « vitrine » pourrait prendre

<sup>1</sup> Hervé Fischer est directeur de la chaire Daniel-Langlois de l'Université Concordia, il vient de publier le livre *Le Choc du numérique*.

*suite à la page 12*

# Où s'en va le multimédia au Québec ?

la forme d'un portail québécois de diffusion du contenu. Monsieur Fischer en appelle aux grands portails québécois (Canoë, Sympatico) pour jouer ce rôle rassembleur. « Je le répète, il faut une volonté volontariste de tous les intervenants du milieu autant public que privé pour développer des contenus originaux au Québec ! » Le chercheur a terminé sa brève allocution en souhaitant qu'un virage multimédia réel s'effectue au sein du gouvernement québécois : « Il faut que la nouvelle bibliothèque nationale du Québec soit aussi une cyberbibliothèque ! Il faut un ministre responsable des stratégies de développement de l'industrie numérique ! »

Monsieur Fischer a donc dressé un bilan plutôt désastreux en terme de stratégies de développement de contenu de la part de l'industrie québécoise du multimédia, gouvernements et entreprises privées confondus. Il voit tout de même certaines lueurs d'espoir, puisqu'il siège sur le comité aviseur de Patrimoine Canada qui doit investir 200 millions de dollars pour mettre en ligne la culture canadienne sur un horizon de trois ans.

## Qui doit payer pour les contenus numériques interactifs ?

Trois panélistes ont débattu du sujet du premier atelier, je vous propose ici de résumer l'essentiel de leurs propos.

Pour le cyberjournaliste Jean-Pierre Cloutier<sup>2</sup>, la problématique du financement des contenus numériques interactifs n'a pas évolué depuis les sept dernières années. Il existe à ses yeux trois enjeux importants reliés aux contenus numériques : l'enjeu technologique, l'enjeu économique et l'enjeu culturel.

## L'enjeu technologique

Pour développer un intérêt face aux contenus numériques, il faut d'abord y avoir accès. Cet enjeu est en voie de se résoudre de lui-même puisqu'une majorité de foyers québécois ont maintenant accès à l'Internet et la très grande majorité des enfants ont accès au réseau Internet à l'école. Là où l'enjeu technologique pose toujours problème, c'est au niveau du service haute vitesse qui donne accès à des contenus de plus grande qualité. Les services haute vitesse sont plus coûteux et moins accessibles, ce qui retarde d'autant le développement de contenus de qualité pour le grand public puisque les producteurs n'y voient aucune possibilité de rentabiliser leur investissement.

## L'enjeu économique

Pour Jean-Pierre Cloutier, le développement de contenus numériques de qualité « made in Québec », passe nécessairement par le développement de créateurs québécois. Le problème actuel, c'est que beaucoup de créateurs québécois sont au service des compagnies étrangères installées ici ou encore que les meilleurs d'entre eux s'expatrient vers d'autres lieux pour y obtenir des salaires plus élevés. Un autre aspect de l'enjeu économique repose sur le petit marché que constitue le Québec. Il est économiquement non viable pour la plupart des diffuseurs de s'en tenir uniquement au marché québécois. Sans diffuseur, impossible de rejoindre le public. Sans consommateur, impossible de financer les contenus. Et la boucle continue !

## L'enjeu culturel

La génération des moins de quinze ans qui pousse avec le réseau Internet est constamment en quête de nouveaux contenus numériques. Selon monsieur Cloutier, si les jeunes ne trouvent pas de contenus numériques « made in Québec » sur le Web, ils vont voir ailleurs. Et plus ils vont voir ailleurs, plus ils risquent de ne jamais s'intéresser aux contenus originaux produits ici.

Outre ces trois enjeux, Jean-Pierre Cloutier précise qu'il faut impérativement séparer les contenus en trois catégories bien distinctes lorsqu'on parle de financement : 1) le divertissement, 2) l'information et 3) l'éducation.

### 1) Le divertissement

Entre dans cette catégorie les jeux vidéo et les sites de loisirs de toutes sortes (films, etc.). Selon Jean-Pierre Cloutier, il ne fait aucun doute que pour cette catégorie, les clients sont prêts à payer et le font déjà largement. Il s'agit d'ailleurs d'un des rares secteurs rentables sur le réseau Internet.

### 2) L'information

Cette catégorie renferme une multitude de possibilités allant des contenus plus généraux et grand public (médias de masse de type journaux et magazines écrits ou électroniques) à des contenus plus pointus s'adressant à un public plus restreint (articles spécialisés, documentaires, etc.). Il est clair pour monsieur Cloutier que ces contenus doivent être financés en partie par le domaine privé lorsqu'il est possible d'intéresser un assez grand nombre de consommateurs. Et en partie par les gouvernements, quand il s'agit d'informations dont la pertinence est jugée essentielle pour le public.

<sup>2</sup> Jean-Pierre Cloutier est l'auteur des *Chroniques de Cybérie*, d'excellents articles et analyses accessibles sur le site : <http://www.cyberie.qc.ca/chronik/>

# Où s'en va le multimédia au Québec ?

## 3) L'éducation

Pour ce qui est des contenus à caractère éducatif, Jean-Pierre Cloutier ne voit d'autre possibilité que le financement par l'État, au même titre que le financement des écoles publiques. Il est certain que le *E-learning* est un domaine en plein essor et que certaines entreprises québécoises y font bonne figure, mais il s'agit ici de formation spécialisée adaptée à des clientèles très ciblées. Pour monsieur Cloutier, si l'on veut développer des contenus numériques interactifs de qualité à caractère éducatif au Québec, une seule source de financement est possible : le gouvernement.

Jean-Pierre Cloutier résume ainsi la problématique du financement des contenus numériques : « Qui doit payer ? De un, les gouvernements payent déjà beaucoup à travers les différents programmes d'aide financière aux entreprises. De deux, les consommateurs payent déjà une bonne part avec l'achat de leur équipement informatique et leur abonnement à des services Internet. Si on veut faire payer davantage les consommateurs, il faudra avoir des contenus interactifs de très grande qualité. Et ces contenus nécessitent des investissements énormes en terme de production, de diffusion et d'infrastructures (réseau haute vitesse) ! » Et la boucle continue !

## Financement = intérêt du public

Pour Jean-Philippe Gauthier, directeur général du service francophone Sympatico, site qui génère plus d'un million de visites par jour, la question du financement dépend de l'intérêt du public. Pour un portail comme Sympatico, il existe deux sources de financement possible : la publicité et les abonnements. La publicité est fonction du nombre de visites par jour sur le site, plus il y a de visites, plus les tarifs chargés aux annonceurs sont

élevés. Plus le contenu du site intéresse les gens, plus ils seront nombreux à le visiter. Du côté des abonnements, il donne l'exemple des mots croisés et des puzzles. Au cours des dernières années et encore actuellement, plusieurs entreprises cherchent à mettre en ligne des produits qui vont intéresser des consommateurs. Chez Sympatico, des essais de toutes sortes ont été tentés, notamment avec des mots croisés. Jean-Philippe Gauthier s'est dit le premier surpris de voir que des gens étaient prêts à payer un abonnement pour recevoir quotidiennement des mots croisés via le réseau Internet. « Il suffit de trouver un produit qui intéresse les gens et le financement peut venir du consommateur », soutient-il.

## Le contenu de qualité est et sera vendu !

De son côté, le directeur du développement des affaires chez Inpix média, Guillaume Aniorte, affirme que le modèle qui semble de plus en plus se répandre concernant le financement du contenu de qualité est celui de l'utilisateur-payeur. Il cite en exemple le site français Wanadoo.fr qui offre sur son site haute vitesse du contenu exclusif aux abonnés. Pour monsieur Aniorte, « il faut fonctionner comme l'industrie du câble ou de la radio, où un pourcentage des revenus perçus pour les abonnements au réseau est versé aux producteurs de contenus. » À ce sujet, Jean-Pierre Cloutier rétorque qu'il en coûte présentement 800 \$ par abonné (publicité, support technique) aux fournisseurs d'accès (Vidéotron, Sympatico) pour attirer un client à leur service, ce qui représente en moyenne vingt mois d'abonnement avant que cet abonné génère un profit pour la compagnie. Jean-Pierre Cloutier trouve donc un peu illusoire de songer à faire payer le contenu par les fournisseurs d'accès à ce moment-ci.

Par contre, de l'avis des trois intervenants, le rôle du diffuseur est primordial dans l'établissement d'une structure de financement solide pour le développement de contenus de qualité. Guillaume Aniorte donne l'exemple de contenus développés chez Inpix média pour le site Wanadoo.fr. « Nous essayons conjointement avec le diffuseur d'ajuster notre contenu en fonction des demandes des abonnés dans le but de leur offrir un contenu de grande qualité », dit-il. Pour les trois intervenants, le financement des contenus doit donc prendre en compte l'ensemble des intervenants de la chaîne, c'est-à-dire le producteur de contenu, le fournisseur d'accès Internet et le diffuseur (site ou portail).

Jean-Pierre Cloutier a soulevé un dernier aspect soit celui des quotas pour s'assurer d'un pourcentage minimum de contenu « made in Québec ». Il insiste pour dire : « la clientèle jeune est en train de migrer de la télé vers le Web. Dans cinq ans, il y aura un million cinq cent mille jeunes québécois pour qui le principal outil d'apprentissage sera le Web. Si on n'investit pas dans ces contenus, ce sera la Belgique, la France, la Suisse qui nous fourniront les contenus éducatifs. »

## Les modèles existants en droit d'auteur peuvent-ils évoluer ?

Le deuxième atelier auquel j'ai assisté portait sur l'épineuse question des droits d'auteur. Quelle ne fut pas ma surprise de constater que pour parler de droit d'auteur, aucun auteur n'avait été convié à la table ! J'ai même vérifié auprès de Gilles Paquette, de la SOCAN, présent à mes côtés, ni eux ni nous (la SARTEC) n'avions été approchés pour

*suite à la page 14*

# Où s'en va le multimédia au Québec ?

participer à cet atelier en tant que panélistes. Peut-être est-ce un avant-goût du genre de priorité qu'accordent les producteurs multimédias à la notion de droit d'auteur ? Trêve de cynisme, voici mon compte-rendu des propos échangés par les trois panélistes suivants : Geneviève Cousineau, directrice des services juridiques à l'ONF, Martin D'Anjou, vice-président opérations chez ShowbizNet et Michel Jolicoeur, président TRAM Design multimédia.

Selon madame Cousineau, les droits d'auteur sur le réseau Internet renvoient d'abord à des questions d'ordre économique. Il faut mettre au point un système viable pour les ayants droit et les producteurs. Il n'existe aucun système précis actuellement, plusieurs associations d'auteurs essaient de s'entendre sur un pourcentage du budget de production ou encore sur un pourcentage des revenus. Dans ce dernier cas, comme plusieurs producteurs multimédias n'arrivent pas ou peu à percevoir des revenus (publicités ou abonnements), ils n'ont pour le moment pratiquement rien à offrir aux auteurs. Différents projets pilotes sont à l'étude, notamment entre la SARTEC et l'ONF, projets qui n'ont qu'une portée très limitée dans le temps (12 ou 18 mois) et qui doivent servir à élaborer des modèles économiques permettant de verser des droits d'auteur aux ayants droit.

Des problèmes juridictionnels doivent aussi être réglés pour l'établissement d'un système global de paiement aux ayants droit. Qui a juridiction sur quel territoire ? En d'autres mots, comment diviser le monde, le réseau Internet étant par définition virtuel et sans réelle frontière, pour percevoir des droits d'auteur et le redistribuer ?

Ces problèmes juridictionnels soulèvent à leur tour les aspects de sécurité des contenus. Comment faire pour s'assurer que le contenu original n'est pas copié et revendu hors du système de

perception et qu'il est utilisé seulement pour les fins qui ont fait l'objet d'une entente monétaire entre l'ayant droit et le client ? Encore une fois, des techniques de protection des contenus sont à l'étude, mais les pirates informatiques sont des fins renards et les législations internationales ne semblent pas les décourager, la saga des MP3 en témoigne de façon éloquente.

Et on en revient toujours à l'intérêt du public, puisque les différents observateurs s'entendent pour dire que le réseau Internet évolue présentement vers un système d'utilisateur-payeur, c'est-à-dire des sites offrant des contenus de qualité pour lesquels des gens seront prêts à payer des abonnements. Ces systèmes permettront-ils de mettre en place des modèles économiques viables de paiement des droits d'auteurs ? C'est du moins ce que croit Martin d'Anjou. Selon lui, les années 2002 et 2003 seront les années de mise en place des sites payants sur l'Internet. Déjà des études démontrent que 2,6 % des utilisateurs du réseau sont prêts à payer pour du contenu de haute qualité ou dans le jargon du métier du contenu à valeur ajoutée, c'est-à-dire du contenu exclusif aux abonnés.

De son côté, Michel Jolicoeur croit qu'un nivelage de la qualité doit d'abord se faire pour que les gens soient prêts à payer pour du contenu sur Internet. « Les gens ont pris pour acquis que tout était gratuit sur Internet, c'est difficile de renverser cette mentalité », dit-il.

En résumé, les modèles existants en droits d'auteur peuvent-ils évoluer ? Les trois panélistes s'entendent pour dire qu'ils DOIVENT évoluer, pas tellement en terme de texte de loi, mais plutôt en terme de système tarifaire (évidemment, les producteurs veulent toujours payer le moins possible avec des droits à perpétuité pour l'ensemble des planètes du système solaire, et encore !). Je vous épargne les stupidités du genre : « Il faudrait séparer les droits d'auteur des ayants

droit (œuvres existantes) des droits d'auteur des contenus originaux », a lancé sur un ton irrité Michel Jolicoeur, en laissant entendre que le paiement des droits d'auteur était un frein majeur au développement de contenu sur Internet voire même une cause directe de l'impossibilité des producteurs à atteindre un seuil de rentabilité avec la mise en ligne de contenus numériques interactifs. Un discours qui en dit long sur le chemin à faire entre les sociétés de protection des droits d'auteur et les producteurs multimédias.

Toujours est-il que les panélistes ont émis le souhait de voir émerger un genre de guichet unique pour la gestion du droit de l'œuvre (texte, musique, illustration, etc.). Un tel guichet faciliterait sans doute la mise en place d'un système de redevances aux auteurs selon des pourcentages reliés à l'utilisation de l'œuvre par les consommateurs. Comme vous le voyez, il y a encore beaucoup de pain sur la planche avant d'en arriver à un système de gestion des contenus numériques qui tienne compte des impératifs de protection et juste répartition des revenus.

## Avis de recherche

Nous avons des chèques de Radio-Canada pour les personnes suivantes : Succession Marcelle Barthe, Odette Boivin, Marc-André de Bellefeuille, Émile Coderre, Éliane O. Gerstein, Ernest Grant, Marie-Pascale Huglo, M.-C. Lavallée, Jean Léonard, Andrée Melançon, Guy Parent. Télé-Québec pour sa part nous a versé des montants pour Serge Lamirande. Enfin, la Commission du droit d'auteur nous a demandé d'agir comme fiduciaire des droits qu'elle a fixés pour l'utilisation d'extraits d'œuvres de Émilien Labelle et Raymond Guérin produites par la SRC. Si vous connaissez l'une ou l'autre de ces personnes, communiquez avec Diane Archambault au (514) 526-9196.

# Sur le contenu canadien au XXI<sup>e</sup> siècle

*Ce printemps, le ministère du Patrimoine canadien, sous la gouverne de François Macerola, entamait un processus d'examen pour définir ce qui constitue du contenu canadien dans les productions cinématographiques et télévisuelles.*

*À cette occasion, nous avons déposé un mémoire, qui décrit notamment comment la définition d'une production canadienne influence notre système d'aide et de financement des productions audiovisuelles ainsi que le système réglementaire télévisuel, et qui resitue, d'autre part, les enjeux dans le cadre*

*du débat sur la diversité culturelle et fait place aux principales recommandations de la SARTEC à l'effet de recentrer les politiques en fonction des objectifs culturels. Dans la dernière partie, nous présentons les réponses aux questions précises posées par Patrimoine canadien dans le cadre de son dialogue avec le milieu, que vous pouvez consulter dans notre site Internet. Nous publions ici les deux premières parties de ce mémoire.*

industrie. Or, l'appui gouvernemental au contenu canadien semble tiraillé entre deux ensembles d'objectifs parfois complémentaires et parfois conflictuels : les objectifs culturels et les objectifs industriels.

LES OBJECTIFS CULTURELS se retrouvent généralement dans les programmes d'aide sélective et le Fonds canadien de télévision qui exigent une forte contribution des éléments créateurs (à travers un système de points) et assurent une répartition linguistique équitable du financement disponible.

L'IMPORTANCE accordée au contenu canadien par le gouvernement est un choix de société appuyé par un encadrement juridique, réglementaire et financier. Cet encadrement comprend, entre autres, la Loi sur la radiodiffusion, la Loi constituant la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (Téléfilm Canada), les règlements du CRTC, et le financement provenant de divers programmes d'aide gouvernementale. Tous ces éléments visent à l'atteinte d'objectifs culturels.

L'ENCADREMENT PARTICULIER offert au contenu audiovisuel se justifie, non pas à cause de son incidence industrielle importante, mais à cause de son aspect culturel, pivot de notre identité.

La spécificité de cette industrie repose sur son contenu et le talent qu'elle déploie. C'est grâce à ce contenu et ce talent que le public s'identifie aux œuvres. Depuis des années, le public francophone se reconnaît dans notre production audiovisuelle et dans ceux qui l'animent et la créent. L'existence d'un « star system » au Québec en atteste. Notre télévision et notre cinéma connaissent des succès fort enviables. Or, le rôle central donné à la culture et la place importante octroyée aux créateurs et artistes dans l'accréditation des œuvres contribuent indéniablement à ce succès.

AU-DELÀ DE L'IMPACT CULTUREL, le système mis en place (réglementation, aide directe, incitatifs fiscaux), a également favorisé la croissance d'une

LES OBJECTIFS INDUSTRIELS se retrouvent davantage dans le système d'accréditation des productions canadiennes, les politiques concernant les crédits d'impôt et l'interprétation des accords de coproduction internationale. Ces programmes n'exigent qu'un minimum d'éléments créateurs canadiens et ne respectent aucune répartition linguistique particulière. Ils peuvent parfois nuire aux créateurs et artistes comme dans le cas par exemple de la production télévisuelle en animation.

La poursuite des objectifs industriels ne doit pas l'emporter sur les objectifs culturels qui constituent le fondement même de la politique publique dans le secteur et ont justifié les multiples interventions de l'État.

*suite à la page 16*

## Le contenu canadien dans le secteur audiovisuel

Au début de son document de discussion sur le contenu canadien des productions audiovisuelles, le ministère du Patrimoine aborde trois questions au centre de son processus de consultation :

- la définition d'une « production cinématographique ou télévisuelle canadienne » ;
- l'accès aux programmes de financement fédéraux ;
- le respect des exigences réglementaires du CRTC par les télédiffuseurs.

La définition d'une production canadienne constitue la pierre d'assise de notre système d'aide et de financement des productions audiovisuelles et de notre système réglementaire télévisuel. Elle sert de critère essentiel dans la détermination des projets admissibles aux divers programmes de financement public et de mesure pour évaluer la conformité des télédiffuseurs face à leurs engagements auprès du CRTC pour obtenir leur licence de diffusion. Dans ce chapitre nous examinerons les interrelations entre ces trois éléments.

### RECONNAISSANCE D'UNE ŒUVRE PAR LE CRTC

La définition d'une production canadienne joue un rôle différent dans le secteur cinématographique et le secteur télévisuel.

La distribution en salles d'une œuvre cinématographique n'est pas réglementée par le gouvernement fédéral. Ainsi, la reconnaissance d'un film comme « canadien » n'est nécessaire que si le producteur désire un financement provenant d'une agence fédérale

ou une accréditation pour fins de télédiffusion, le cas échéant.

Dans le cas des œuvres diffusées à la télévision, la reconnaissance du CRTC est nécessaire si le diffuseur veut les comptabiliser comme « Canadiennes » dans les registres du Conseil. Le CRTC reconnaît comme canadiennes les émissions des catégories suivantes :

- une émission produite uniquement par un titulaire du Conseil (production interne) ;
- une émission certifiée comme canadienne par le ministre du Patrimoine sur recommandation de Téléfilm dans le cadre d'un traité avec un pays étranger (coproduction) ;
- une émission certifiée comme canadienne par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) ;
- une émission certifiée comme canadienne par le CRTC lui-même ;
- une production de l'ONF.<sup>1</sup>

Ainsi, une émission peut être reconnue comme canadienne par un processus formel de certification ou d'accréditation, ou peut être exemptée de ce processus et reconnue automatiquement.

Même si les exigences du CRTC en matière de contenu canadien sont fort importantes pour la survie du système de radiodiffusion, le Conseil ne certifie que peu d'œuvres parmi les catégories dites prioritaires (fiction, documentaires, émissions pour enfants, etc.).

1. Voir l'Avis public CRTC 2000-42, « Certification des émissions canadiennes – approche révisée », le 17 mars 2000. Le Conseil reconnaît automatiquement les productions provenant de l'ONF (même si elles ne sont pas mentionnées dans l'Avis public 2000-42) mais ne reconnaît les productions avec un financement provenant du Conseil des arts que si l'émission est formellement accréditée.

De plus, bien que le système d'accréditation formelle du CRTC se soit harmonisé largement avec celui du BCPAC, des écarts subsistent. Par exemple, le CRTC n'a pas d'exigences par rapport aux droits d'auteur et à la distribution du produit final et permet l'accréditation de coentreprises qui ne remplissent pas tous les critères habituels d'une accréditation formelle.<sup>2</sup> Ainsi, la définition d'une émission canadienne du CRTC a pour effet d'assouplir la définition du BCPAC – qui est déjà trop permissive.

### RECONNAISSANCE D'UNE ŒUVRE PAR LE BCPAC ET CRÉDIT D'IMPÔT FÉDÉRAL

Le BCPAC ne certifie le contenu canadien des productions qu'aux fins du Crédit d'impôt pour la production cinématographique ou magnétoscopique. Mais sa définition constitue un point de repère pour l'accréditation formelle d'une émission et renferme un ensemble de critères dont les quatre plus importants sont les suivants :

- le producteur canadien doit contrôler la production et en être le principal décideur ;
- une société canadienne imposable doit être le titulaire exclusif du droit d'auteur mondial sur la production aux fins de son exploitation

2. Une coentreprise est une coproduction internationale non visée par les ententes de coproduction officielle. Elle comprend un projet entrepris avec un coproducteur de pays étranger qui n'a pas d'entente de coproduction avec le Canada. Une certification comme coentreprise est plus facile à atteindre qu'une certification normale. Par exemple, dans le cas d'une coentreprise ayant un coproducteur qui vient d'un pays du Commonwealth ou de la Francophonie, ou d'un pays avec lequel le Canada a une entente de production de films ou d'émissions de télévision, une certification canadienne sera accordée lorsque le projet obtient 5 points (au lieu de 6) et accorde au moins 50 % (au lieu de 75 %) de ses dépenses sur les éléments canadiens.

commerciale pour une période de 25 ans ;

- au moins 75 % de la totalité des coûts des services fournis dans le cadre de la production doivent être payables à des particuliers canadiens ;
- la production doit avoir accumulé un minimum de 6 points pour les éléments créateurs et avoir un réalisateur *ou* un scénariste canadien (2 points chacun).

Les crédits d'impôt, tant fédéral que provincial, sont devenus un mode important de financement des productions et d'intervention de l'État dans le champ audiovisuel. Or, si la nationalité des éléments créateurs est prise en compte dans la définition d'une production canadienne par le BCPAC, cet apport n'est que modeste et le seuil de 6 points peut être facilement atteint sans la présence de comédiens ou de scénaristes canadiens, par exemple.

Le respect d'exigences semblables à celles du BCPAC constitue un critère d'admissibilité à la plupart des autres sources de financement pour les productions canadiennes, dont le Fonds du long métrage du Canada et le Fonds canadien de télévision.

## FONDS DU LONG MÉTRAGE

Pour être admissible aux Programmes d'aide au développement, à la production ou à la mise en marché du Fonds du long métrage du Canada, un projet doit normalement être admissible à l'accréditation conformément aux critères du BCPAC ou répondre à la définition d'une émission canadienne établie par le CRTC (qui peut inclure une coentreprise), et avoir obtenu au moins 8 points pour le contenu canadien selon l'échelle du BCPAC.

Bien que le scénariste et le réalisateur doivent être canadiens, les films

écrits en collaboration par un Canadien et un non-Canadien peuvent être admissibles, sous réserve d'une évaluation au cas par cas de Téléfilm Canada. Ce dernier critère est plus exigeant que celui imposé par le BCPAC et il assure que le scénariste du projet soit canadien dans grand nombre de projets, mais pas dans tous les cas.

## FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

Dans le cas des deux programmes du Fonds canadien de télévision (FCT), un projet doit normalement être admissible à l'accréditation conformément aux critères du BCPAC et obtenir 10 points pour le contenu canadien (au lieu de 6) tels que déterminés par le Fonds à partir de l'échelle du BCPAC. Cela veut dire que les principaux créateurs du projet, dont le scénariste, doivent être canadiens pour que le projet soit admissible au FCT.

Si les exigences élevées du FCT en matière de pointage recueillent généralement l'appui des principales associations d'artistes, de créateurs et d'artisans<sup>3</sup>, l'introduction de critères relatifs au caractère canadien des thèmes et des sujets a été fort mal accueillie.

Le caractère national d'une production doit s'appuyer sur la nationalité de ses créateurs, artistes et artisans et non sur le choix du sujet. Pareil critère peut être assimilable à une ingérence dans l'espace créatif et une atteinte à la liberté d'expression. Le contenu national doit s'appuyer sur la vision des créateurs, sur leur point de vue ou sur leur imaginaire. Du

3. En septembre 2000, la SARTEC, l'Union des artistes, l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec, le Syndicat des techniciens et techniciennes du cinéma et de la vidéo du Québec et l'Association des professionnels de la vidéo du Québec, suite au rapport d'examen du Fonds canadien de télévision, ont pris position en faveur d'un système de 10 points.

point de vue de la SARTEC, la nationalité du scénariste devrait suffire à attester du caractère national d'une production. Mieux vaut donc favoriser un pointage élevé des éléments créateurs pour qualifier une production comme nationale.

## COPRODUCTIONS OFFICIELLES

Les exigences en matière de pointage varient en fonction des différents programmes et selon que leur approche soit plus industrielle ou plus culturelle. Cela dit, les exigences relatives à la présence de créateurs canadiens peuvent être évitées si une production se prévaut des ententes de coproduction officielle. Car, dans ce cas, le nombre de points assignés aux créateurs canadiens n'entre pas en ligne de compte parce que la présence de créateurs du pays partenaire est permise.

On peut ainsi répondre aux faibles exigences du BCPAC en matière d'accréditation (6 points pour les services de création canadiens) et d'accès au crédit d'impôt fédéral, ou aux 8 points exigés par le Fonds du long métrage voire aux 10 points demandés par le Fonds canadien de télévision, sans la présence de créateurs canadiens.

Par exemple, dans le cas des coproductions entre le Canada et un pays européen appartenant à l'Union européenne, les points de l'échelle du BCPAC peuvent être accordés pour un citoyen canadien ou un citoyen du pays de coproduction voire un citoyen de tout autre pays de l'Union européenne.

L'admissibilité des coproductions, sans qu'elles ne rencontrent les critères culturels de base du Fonds canadien de télévision et du crédit d'impôt fédéral, reflètent des changements récents aux politiques d'accès qui furent plus sévères à leurs origines. Ces changements favorisent des objectifs industriels et non les objectifs culturels que le ministère

# Mémoire de la SARTEC

du Patrimoine devraient poursuivre. Nous y reviendrons.

## Se recentrer sur les objectifs culturels

Tant le financement public des productions que les autres éléments de notre système (cadre réglementaire, loi sur la radiodiffusion, quotas sur le contenu, etc.) se justifient d'abord et avant tout par le caractère culturel de l'industrie audiovisuelle. Celle-ci doit enrichir notre expression culturelle, donner vie à des œuvres issues de notre milieu et destinées à notre public. Et le public francophone a fort bien répondu jusqu'à présent parce qu'entre autres, il se reconnaissait dans les œuvres qui lui étaient présentées.

### IMPORTANCE DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Dans le contexte de la mondialisation des échanges et de la négociation d'accords internationaux, notre système d'appui gouvernemental aux produits culturels est menacé par la libéralisation du commerce international.

À l'heure où les États négocient l'abolition des barrières tarifaires et des subventions dans les divers secteurs de l'économie ; à l'heure où le Canada se fait un ardent défenseur de l'exception culturelle et cherche par la mise en place d'un nouvel instrument international à mettre la culture à l'abri des contraintes existantes dans les accords commerciaux ; à l'heure où notre système de quotas en radiodiffusion est dans la mire des tenants du libre-échange ; nous devons, pour conserver l'entière liberté d'adopter les politiques publiques nécessaires au soutien de notre culture, nous recentrer sur les objectifs culturels.

En introduction, nous affirmions que l'appui gouvernemental à l'industrie audiovisuelle apparaissait tiraillé par des objectifs parfois complémentaires et parfois conflictuels : les objectifs culturels et les objectifs industriels.

Or, plus l'encadrement gouvernemental favorise les objectifs industriels, plus notre position à l'égard de l'exception culturelle s'en trouve fragilisée. Pour continuer à réclamer le pouvoir des États d'établir leurs propres politiques en la matière, il faut nous recentrer sur nos objectifs culturels.

En examinant les divers instruments de financement fédéraux, on note que jusqu'à récemment, le système d'accréditation des émissions s'appuyait sur un système de financement dans lequel l'aide sélective jouait un rôle important. Depuis quelques années, l'introduction des nouveaux crédits d'impôt et la révision des critères d'accèsibilité aux fonds de télévision et de long métrage fédéraux ont réduit l'importance de l'aide sélective au profit de l'aide automatique.

Qui plus est, si les exigences de pointage demeurent élevées pour beaucoup de programmes, on a pu constater que plusieurs sources de financement deviennent plus souples et que l'approche industrielle semble de plus en plus prédominer.

La SARTEC croit qu'il faut renforcer la définition du contenu canadien plutôt que la diluer. Les éléments de la définition d'une production canadienne qui touchent la définition de sociétés et de producteurs admissibles, la propriété de droits d'auteur et de distribution, et le volume de dépenses canadiennes ne sont pas suffisants. La définition d'une production canadienne doit non seulement inclure des exigences quant à la présence de créateurs, mais les renforcer.

La SARTEC croit qu'il faut renforcer la définition du contenu canadien

plutôt que de la diluer. Comme nous l'avons signalé dans un mémoire collectif au Comité permanent du Patrimoine canadien sur l'état de la radiodiffusion canadienne :

« Pour contribuer à la diversité culturelle, le Canada doit maîtriser son espace de création et de diffusion. La politique de radiodiffusion doit viser à faire en sorte que les moyens de communication fonctionnent de façon à promouvoir, plutôt que limiter, la production et la diffusion de contenus reflétant la culture canadienne. »<sup>4</sup>

### S'APPUYER DAVANTAGE SUR LES ÉLÉMENTS CRÉATEURS

Pour la SARTEC, il est clair que la définition d'une production canadienne doit s'appuyer davantage sur les éléments créateurs : artistes, réalisateurs, scénaristes.

Nul ne peut ignorer, par exemple, l'impact de la présence de comédiens sur le caractère identitaire d'une œuvre et sur l'édification d'un « star system » auquel on associe si souvent le succès de nos productions. En ce sens, la SARTEC, non seulement ne croit pas pertinent le recours à des comédiens étrangers dans des productions canadiennes, mais elle considère cela contre-productif par rapport à l'édification de ce star system. Pareille mesure ne concourt pas au renforcement du caractère culturel des œuvres et sa rentabilité économique est loin d'avoir été démontrée.

4. ACDEF, ADISQ, APFTQ, ARRO, SARTEC, SPACQ, UDA, *Maîtriser notre espace pour contribuer à la diversité culturelle : Mémoire au Comité du patrimoine dans le cadre de son étude sur l'état du système canadien de radiodiffusion*, le 15 août 2001, p. 25.

L'identité culturelle d'une œuvre repose fondamentalement sur les histoires qu'elle contient, les points de vue qu'elle véhicule, bref sur l'apport du scénariste. C'est pourquoi, la définition d'une production canadienne devrait s'appuyer davantage sur la nationalité du scénariste. Tout comme le Fonds canadien de télévision l'exige, nous croyons que la présence d'un scénariste canadien devrait faire partie intégrante de toute définition d'une émission canadienne scénarisée.

Ainsi, pour production accréditée comme canadienne tout scénariste devrait être canadien et tout travail de scénarisation de la part d'un non-Canadien devrait rendre la production non admissible au pointage attribué pour la scénarisation par un Canadien, et donc inadmissible à une accréditation comme production canadienne.

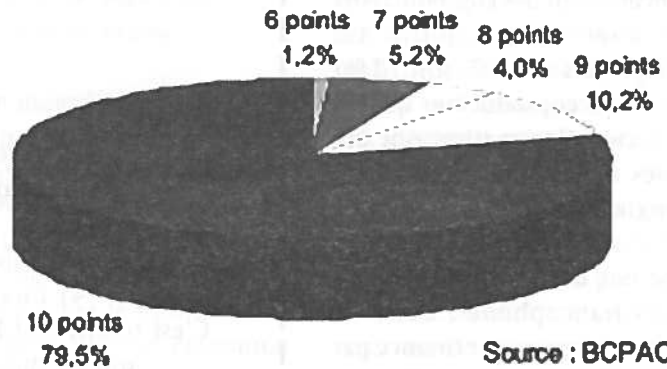
De plus, la SARTEC estime qu'une exigence de 8 points devrait être adoptée en ce qui concerne les services de création. Comme l'indique le Graphique 1, ce changement ne devrait pas affecter profondément le nombre de projets accrédités car, sur l'ensemble des projets accrédités par le BCPAC au cours des cinq années se terminant le 31 mars 2001, seulement 6,4 % avaient moins que 8 points.<sup>5</sup>

## RÉÉVALUER COPRODUCTIONS ET CRÉDITS D'IMPÔT EN FONCTION DES CRITÈRES CULTURELS

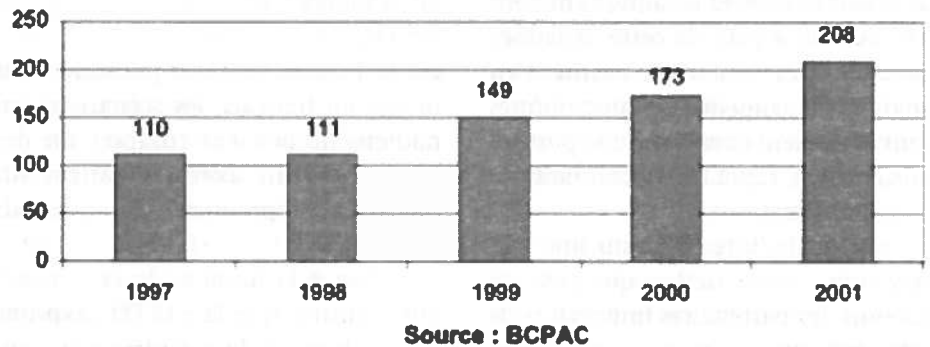
Comme nous pouvons le voir dans le Graphique 2, le volume de coproductions ne cesse d'augmenter depuis quelques années.

5. Selon un rapport de la CFTPA/APFTQ, 60 % des émissions reconnues comme « canadiennes » en 2000-2001 ont été accréditées par le BCPAC. CFTPA/APFTQ, *L'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle : PROFIL 2002*, février 2002, p. 23.

Graphique 1 : Nombre de points alloué aux productions canadiennes certifiées par le BCPAC, 1997-2001



Graphique 2 : Nombre de coproductions officielles, 1997-2001



Mais ce portrait global masque une tendance inquiétante pour les auteurs de langue française. Comme nous l'avons vu précédemment, les exigences relatives à la présence de créateurs canadiens sont peu élevées pour le crédit d'impôt (6 points) et peuvent même être évitées si une production se prévaut des ententes de coproduction officielle. Qui plus est, les crédits d'impôt ne sont assujettis à aucun critère de répartition linguistique contrairement aux programmes de Téléfilm et du FCT. Ces divers éléments combinés ont eu des effets fort négatifs sur la production de langue française au Québec.

Par exemple, l'animation est un secteur qui fait régulièrement appel à

la coproduction pour se financer et qui utilise davantage le financement issu du crédit d'impôt que celui provenant des programmes de Téléfilm ou du FCT.

Or, d'après des données fournies à la SARTEC par Téléfilm Canada, de 1992 à 2001 dans le cadre de l'accord de coproduction avec la France, il s'est écrit 2 323 épisodes pour 107 productions d'animation différentes. Sur ces 2 323 épisodes, seulement 90 ont été écrits, en tout ou en partie<sup>6</sup>, en langue française au Québec, soit moins de 4 %. Pire encore, depuis 1998, la

6. Dans la plupart des cas, les scénarios étaient écrits de façon partagée entre des auteurs québécois et des auteurs français, ce qui signifie que l'écriture québécoise de langue française est encore moins représentée et avoisinerait les 2 %.

SARTEC n'a reçu aucun contrat pour l'écriture d'un scénario de série d'animation en français. Pourtant si plusieurs projets concernaient des coproducteurs canadiens anglais, la majorité des projets (78 projets sur 107, soit 72 %) impliquaient un coproducteur québécois. Les textes d'animation ont été commandés en français en France, mais en anglais au Québec.

La production d'animation au Québec ne fait désormais plus appel aux auteurs francophones. Dans un secteur culturel, largement financé par l'État, des productions issues d'un accord avec notre principal partenaire de la francophonie ne permettent pas à des auteurs francophones de travailler dans leur langue. Et les auteurs ne sont pas les seuls à pâtir de cette situation, puisque si les versions se tournent en anglais, les comédiens francophones sont également confinés à une portion minime des retombées économiques de ces productions.

On peut s'interroger sur une mesure dite « industrielle » qui prive de revenus des partenaires importants de cette industrie (auteurs et comédiens francophones), mais il ne faut pas oublier que les crédits d'impôt et les accords de coproduction sont des interventions dans le champ culturel qui doivent aussi être évalués en fonction de leur rendement culturel.

Pendant plus d'une décennie, aucune œuvre d'animation de langue française, reflétant la culture et l'imaginaire des francophones n'est venue enrichir notre patrimoine. Des auteurs et des artistes ont complètement été écartés depuis plus de dix ans d'un secteur en pleine expansion et qui est une composante importante de notre paysage culturel et économique.

Les accords de coproduction doivent refléter notre réalité culturelle et contribuer à son épanouissement, particulièrement lorsque notre partenaire

## LA DISPARITION DU FRANÇAIS EN ANIMATION

*Bientôt!*

*Un rapport analysant la situation de la production d'animation au Québec.*

« Sur les 51 projets où le coproducteur français est majoritaire, 41 furent écrits en français et 10 en anglais.

C'est totalement l'inverse lorsque c'est le coproducteur canadien qui est majoritaire (41 en anglais et 9 en français). »

(78 projets sur 107 impliquaient un coproducteur québécois)

est la France. Si, pour pratiquer leur métier en français, les scénaristes canadiens ne peuvent compter sur des coproductions avec la France, sur quels pays coproducteurs peuvent-ils compter ?

C'est à la lumière de ce constat, entre autres, que la SARTEC exprime son souhait que la **définition du contenu canadien tienne compte des particularités et de la fragilité de la scénarisation en français**. Pour les coproductions entreprises dans le cadre des accords de coproduction avec la France, le ministère du Patrimoine se doit de trouver des moyens de **favoriser la production d'animation en langue française** de manière à ce que auteurs et acteurs reçoivent leur juste part.

Le ministère du Patrimoine devrait également **s'interroger sur l'opportunité de resserrer les politiques d'accès en matière de coproductions en relevant le pointage exigible**.

Jusqu'à récemment, le système d'accréditation des émissions a été appuyé par un système de financement dans lequel l'aide sélective jouait

un rôle important. Depuis quelques années, l'introduction des nouveaux crédits d'impôt et la révision des critères d'accessibilité aux fonds de télévision et de long métrage fédéraux ont réduit l'importance de l'aide sélective au profit de l'aide automatique. Aujourd'hui, les **crédits d'impôt doivent être revus pour inciter à une production plus culturelle**. Cela s'est fait déjà pour certains éléments du crédit d'impôt au Québec où l'on a instauré une bonification pour les productions cinématographiques de langue française.

### SE Doter d'instruments de mesure du rendement culturel

Plus l'aide est sélective, plus les exigences de pointage sont élevées et plus il est généralement facile d'en évaluer l'impact culturel. En revanche, plus l'aide est automatique, plus elle est perçue comme industrielle et plus l'information semble difficile à obtenir par le public.

Par exemple, les crédits d'impôt furent accueillis favorablement par

l'ensemble des intervenants du milieu parce qu'ils remplaçaient avantageusement des mesures moins performantes. Mais, secret fiscal oblige, il est quasi impossible d'obtenir des informations du BCPAC sur les productions qui en ont bénéficié. Le BCPAC nous prive ainsi de renseignements essentiels pour faire le suivi des dossiers, connaître l'efficacité des interventions gouvernementales et évaluer leur impact sur le développement culturel.

Comment juger de l'efficacité d'une mesure sans avoir en mains les indicateurs économiques nécessaires ? Faute de données, comment pouvoir évaluer, par exemple, l'impact de l'absence de critères linguistiques dans l'attribution des crédits d'impôt sur l'avenir de la production de langue française ?

Nous considérons que les **instances publiques sous la juridiction du ministère du Patrimoine devraient considérer comme prioritaire la publication d'informations nous permettant de mieux jauger de l'impact culturel et économique des différents programmes ou mesures dans le secteur audiovisuel.** Le BCPAC devrait, par exemple, au moins publier la liste des projets accrédités pour fins du crédit d'impôt, qui sont subventionnés par les contribuables.

Pour sa part, Téléfilm a récemment travaillé à la rédaction d'une nouvelle fiche pour les œuvres qu'elle accrédite à titre de coproduction officielle. Cette fiche devrait contenir des informations sur la langue d'écriture, de tournage et de la version doublée en anglais ou en français, le nom de tous les auteurs (y compris les auteurs étrangers) et le nom du directeur d'écriture (script éditeur), le cas échéant. Les informations ainsi recueillies, une fois rendues publiques, devraient permettre de dresser un portrait

plus précis de l'état de la coproduction.

## HARMONISER LE PROCESSUS D'ACCREDITATION

La très grande majorité des émissions canadiennes produites dans les catégories des émissions sous-représentées ou « prioritaires » obtiennent une accréditation du BCPAC pour pouvoir accéder au crédit d'impôt fédéral. Ayant été délégué par le ministère du Revenu pour accréditer les émissions canadiennes aux fins du crédit d'impôt, le processus d'accréditation du BCPAC est plus rigoureux que celui du CRTC. Contrairement au CRTC, le BCPAC scrute les droits d'auteur et les droits de distribution et refuse certaines dérogations telles que celles associées aux coentreprises.

Afin de renforcer l'administration du processus d'accréditation, la SARTEC considère que **les procédures d'accréditation du CRTC et du BCPAC devraient être harmonisées pour les productions**

## Conclusion

Les interventions gouvernementales ont contribué au succès de notre télévision et de notre cinéma francophones en appuyant le développement d'un contenu culturel.

C'est le caractère culturel des productions qui justifie leur financement public et tout l'encadrement juridique, réglementaire et économique. Ce contenu culturel ne se définit pas par les thèmes ou par les sujets, ni par la nationalité du producteur, mais par la nationalité de ceux qui créent le contenu : les auteurs, artistes, réalisateurs et artisans.

Toute révision des politiques en matière de contenu canadien devrait

se recentrer sur le contenu culturel. La définition existante d'une émission canadienne fait place à la culture en insistant sur la participation d'un nombre minimal d'éléments créateurs, mais la place de la culture est trop réduite et n'assure pas de rôle suffisant aux éléments créateurs canadiens.

L'industrie audiovisuelle sera toujours tiraillée par la coexistence d'objectifs culturels et industriels. Mais la culture n'est pas un bien ou un service comme les autres et c'est ce caractère spécifique qui justifie à la fois l'intervention de l'État et l'exception culturelle sur le plan international. À force de mettre de l'avant des objectifs industriels, le Canada prêtera de plus en plus flanc à la critique internationale et rendra sa position intenable. Le gouvernement doit davantage tenir compte des impératifs culturels et **se recentrer sur les objectifs originels de la politique publique.**

Se recentrer sur le contenu et pour mieux y arriver, **faire également plus de place à ceux qui en sont l'âme, les artistes et les créateurs.** Ces derniers doivent être plus présents non seulement lors des consultations, mais aussi dans les diverses instances existantes, telles que le Fonds canadien de télévision où ils sont totalement absents. **Ce sera là notre dernière recommandation.**

## Creators' Rights Alliance / Alliance pour les droits des créateurs (CRA/ADC)



*En avril dernier, des délégués d'associations et de sociétés de gestion du droit d'auteur représentant 140 000 artistes se sont réunis à Montréal pour fonder un nouveau regroupement voué à la protection des droits des créateurs à l'échelle mondiale : Creator' Rights Alliance/Alliance pour les droits des créateurs (CRA/ADC). Dans le contexte de la mondialisation où les enjeux sont à ce point importants pour les auteurs, la SARTEC était présente à cette première assemblée de fondation.*

**L**ES VINGT-NEUF organismes fondateurs joignent leurs forces à un moment où les droits de propriété intellectuelle (DPI) des créateurs individuels sont en péril. L'Alliance a pour mandat la défense et la promotion des droits moraux et patrimoniaux des artistes canadiens – écrivains, auteurs dramatiques, artistes visuels, metteurs en scène, musiciens, compositeurs, artistes interprètes et exécutants, artistes multidisciplinaires, artistes multimedia, etc., – qui par leurs créations renvoient une image du Canada aux publics canadiens et internationaux.

L'Alliance croit fermement que les droits des créateurs sont d'une importance vitale pour la société canadienne. Car les créateurs sont sans conteste les principaux producteurs de contenu canadien et la source première de diversité culturelle. Aussi l'Alliance est-elle

persuadée que les DPI constituent un élément crucial des accords de commerce internationaux et un ingrédient essentiel de la culture. Sa raison d'être, dans l'optique de ses fondateurs, réside dans la nécessité d'effectuer en commun les recherches et les analyses qui leur permettront de faire des représentations communes, solidement documentées, auprès des gouvernements canadien et provinciaux quant au sort réservé aux DPI dans les accords internationaux et, partant, aux droits des créateurs de notre pays.

En plus d'exposés du dernier état d'épineuses questions – *Accord sur les aspects des droits de propriétés intellectuelle touchant au commerce* (ADPIC), négociations du General Agreement on Trade and Services (GATS) et mise en œuvre des deux plus récents traités de l'Organisation mondiale sur la propriété intellectuelle (OMPI) – les délégués ont participé à une table ronde sur les savoirs traditionnels à laquelle ont participé Stephen Augustine, grand chef héréditaire du Grand Conseil des Micmacs, et Greg Young-Ing de l'En'owkin International School of Writing. Le programme comprenait également des communications de M<sup>e</sup> Normand Tamaro, avocat montréalais bien connu spécialisé dans le droit d'auteur, et de Richard Baillargeon, président du Regroupement des artistes

en arts visuels (RAAV), sur la décision de la Cour suprême du Canada dans l'affaire Thérberge contre la Galerie d'art du Petit Champlain. Mentionnons, enfin, que monsieur Michael Wernick, nouveau sous-ministre adjoint du ministère du Patrimoine canadien, s'est adressé aux délégués le mardi matin pour mieux les informer des buts poursuivis par son ministère dans le processus actuel de révision de la *Loi sur le droit d'auteur* à l'ère du numérique.

L'assemblée générale a élu Susan Crean et Michel Beauchemin à la coprésidence de l'Alliance. Ex-présidente de la Writers' Union of Canada, Madame Crean, de Toronto et de l'île Gabriola (C.-B.), est l'auteure de nombreux ouvrages primés. Monsieur Beauchemin est secrétaire exécutif de l'Association québécoise des auteurs dramatiques (AQAD) et coordonnateur de la Table des créateurs sur le droit d'auteur.

Siégeront également au conseil d'administration de l'Alliance : Francine Bertrand-Venne de la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ), Anne-Marie Des Roches de l'Union des Artistes (UDA), Garry Neil de l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), Audrey Churgin de Canadian Artists' Representation / Front des artistes canadiens (CAR/FAC), et Greg Young-Ing

# Alliance pour les droits des créateurs

*Chacun a droit à la protection des intérêts moraux et matériels découlant de toute production scientifique, littéraire ou artistique dont il est l'auteur.*

*Déclaration universelle des droits de l'homme, art. 27, al. 2)*

représentant des communautés autochtones. Angela Rebeiro de Playwrights Union of Canada (PUC) exercera la fonction de secrétaire-trésorière.

Information : Michel Beauchemin  
(514) 596-3705  
mbeauchemin@aqad.qc.ca

#### Sources :

Michel Beauchemin, coprésident ;  
Susan Crean, coprésidente ;  
Angela Rebeiro, secrétaire-trésorière.

#### Membres fondateurs : avril 2002

Michel Beauchemin, Association québécoise des auteurs dramatiques (AQAD) ;  
Lise Lachapelle, Association des Réalisateurs et Réalisatrices du Québec (ARRQ) ;  
Mireille Gagné, Centre de musique canadienne au Québec ;  
Léo Beaulieu, Regroupement des artistes en arts visuels

(RAAV) ; Yves Légaré, Société des auteurs de Radio, de télévision et de cinéma (SARTEC) ; Francine Bertrand-Venne, Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ) ; Hélène Messier, Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction (COPIBEC) ; Anne-Marie Des Roches, Union des artistes (UDA) ; André Roy\*, Union des écrivaines et écrivains québécois (UNEQ) ; Garry Neil, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) ; Richard Payne\*, American Federation of Musicians (AFM) ; Karl Beveridge, Canadian Artists representation/Front des artistes canadiens ; Audrey Churgin (CAR/FAC)/The CAR/FAC collective ; André Corneiller, Canadian Association of Photographers and Illustrators in Communications (CAPIC) ; Elisabeth Bihl\*, Canadian Music Centre (CMC) ;

Fred Wardle, CANCOPY ; Tim Brady, Canadian League of Composers ; Leah Bazian, Directors Guild of Canada ; Lori Davies, Guild of Canadian Film Composers (GCFC) ; Ian Adam, League of Canadian Poets ; Amela Simic, Literary Translators Association of Canada ; Angela Rebeiro, Playwrights' Union of Canada (PUC) ; Julie Barlow, Periodical Writers' Association (PWAC) ; Brian Boyle\*, Professional Photographers of Canada ; Paul Spurgeon, SOCAN ; Sean Mulligan\*, Songwriters Association of Canada (SAC) ; Jim McKee, Writers Guild of Canada ; Bill Freeman, Writers' Union of Canada (TWUC) ; Greg Young-Ing, The En'owkin Centre ; Cynthia Lickers, Media Arts Festival ; Stephen Augustine, Mi'kmaq Grand Council.

\* Absents lors de l'assemblée de fondation.

## Nouveaux membres

Depuis notre dernier numéro (mars 2002), nous comptons les nouveaux membres suivants :

François Aubry	David Clermont-Béïque	Annie Laforest	Robert Morin
Sophie Bégin	Martin Cloutier	Paul Latreille	Claudine Paquette
Alain Belhumeur	Manon Cousin	Janel Leclerc	Laurent Paquin
Claude Binet	Marie-Ginette Dagenais	Éric Lefebvre	Marie-Renée Patry
Anne-Josée Boudreault	Jeanne-Mance Delisle	Éric Lemieux	Julie Perron
Carmen Bourassa	Mario Desmarais	Gilbert Lepage	Martin Petit
Éléonore Bruyère	Claude Desrosiers	Agnès Leprince	Stefan Psenak
Sylvie Cardinal	Monique Durand	Brigitte Lespérance	Réal Béland
Rodolphe Caron	Pierre Falardeau	Jean-Sébastien Lord	Stéphane E. Roy
Mario Chabot	Denis Filion	Claude Lortie	Sylvain Roy
Anne-Marie Charette	Pier Gagné	Jean-Pierre Maher	Pierre Samson
Patricia Chica	Philippe Gagnon	Daniel Marchildon	Dominic Sillon
Éric Cimon	Manon Gingras	Richard Martineau	Stéphane St-Denis
	Roger Harvey	François Massicotte	
	Christiane Labelle	Francis Monty	

# AVEC QUI SIGNER UN CONTRAT SARTEC ?

Les auteurs doivent signer des contrats sous juridiction SARTEC avec nombre de producteurs privés ou publics. Voici une liste à jour des producteurs couverts par une entente SARTEC.

## Les producteurs publics et les producteurs liés à un diffuseur

Ces producteurs sont signataires d'ententes collectives distinctes avec la SARTEC.

RADIO-CANADA  
TELE-QUEBEC  
GROUPE TVA INC. (JPL ET JPL II)  
OFFICE NATIONAL DU FILM  
PRODUCTIONS CARREFOUR INC.

## Producteurs de l'APFTQ

3875881 CANADA INC.  
ACPAV  
AETIOS PRODUCTIONS INC.  
AL DENTE (LES PRODUCTIONS)  
AMÉRIMAGE -SPECTRA  
APARTMENT 11 PRODUCTIONS  
ARICO FILM COMMUNICATION  
ARTS ET IMAGES PRODUCTIONS INC.  
AVANTI CINÉ-VIDÉO  
AZINAMÉ INTERNATIONAL INC.  
B612 COMMUNICATIONS  
BALIVERNA FILMS INC.  
BBR INC. (PRODUCTIONS) (Équipe Spectra)  
BLOOM FILMS 1998 INC.  
CHARIOT COMMUNICATIONS INC.  
CHASSE GALERIE (LES PRODUCTIONS)  
CHRISTAL FILMS PRODUCTIONS INC.  
CINAR (CORPORATION)  
CINÉ-GROUPE J.P. INC.  
CINÉLANDE ET ASSOCIÉS INC.  
CINÉMAGINAIRE INC.  
CINÉPIX INC. (FILMS)  
CINÉ QUA NON FILMS  
CINÉVENT INC.  
CINÉVIDÉO INC.  
CIRRUS COMMUNICATIONS INC.  
CITÉ-AMÉRIQUE  
COMMUNICATIONS CLAUDE HÉROUX  
PLUS  
DDI TÉLÉVISION INC.  
ECP INC.  
EGM LTÉE (LES PRODUCTIONS)  
ENCORE TÉLÉVISION

ÉRÉZI (PRODUCTIONS)  
EURÉKA! PRODUCTIONS INC.  
FABRIQUE D'IMAGES LTÉE (LA)  
FÊTE INC. (LES PRODUCTIONS LA)  
FILMS DE L'ISLE INC.  
GALAFILM INC. (A. GELBART QUÉBEC INC.)  
GLACIALIS INC. (PRODUCTION)  
GO FILMS INC.  
GRAND NORD QUÉBEC INC.  
(PRODUCTIONS)  
GROUPE CINÉ TÉLÉ-ACTION INC.  
GROUPE FAIR PLAY  
GROUPE TV JUSTE POUR RIRE INC.  
GUY CLOUTIER PRODUCTIONS INC.  
ICOTOP INC. (GROUPE)  
IDÉACOM INTERNATIONAL  
IMPEX INC. (LES PRODUCTIONS)  
INFORM-ACTION FILMS INC.  
JB MÉDIA (3868265 CANADA INC.)  
J. BÉLIVEAU PRODUCTIONS INC.  
JET FILMS INC.  
KISSFILMS  
LÉA PASCAL INC. (PRODUCTIONS)  
LOCOMOTION INC. (GROUPE)  
LYLA FILMS  
MACUMBA INTERNATIONAL INC.  
MAG 2 (LES PRODUCTIONS)  
MATCH TV INC.  
MAX FILMS INC.  
MÉGAFUN INC. (LES PRODUCTIONS)  
MELENNY PRODUCTIONS INC.  
MICHEL GAUTHIER PRODUCTIONS  
MIMI FERNAND PRÉSENTENT INC.  
MUSE ENTERTAINMENT ENTERPRISES  
NANOUK FILMS LTÉE

NÉO FILMS INC.  
NOIR SUR BLANC LTÉE  
(LES PRODUCTIONS)  
NOVA MÉDIA INC. (PRODUCTIONS)  
OBJECTIF INTERNATIONAL INC.  
ORBI-XXI PRODUCTIONS INC.  
OSTAR (LES PRODUCTIONS)  
PARK EX INC. (PRODUCTIONS)  
PASCAL BLAIS INC. (PRODUCTIONS)  
PAT TÉLÉPRODUCTIONS  
PIXCOM INC. (PRODUCTIONS)  
POINT DE MIRE INC. (LES PRODUCTIONS)  
PRAM QUÉBEC INC.  
PRISE XIII (PRODUCTIONS)  
PRODUCTIONS GLG MÉDIA (LES)  
PRODUCTIONS J INC.  
PUNCH! INTERNATIONAL INC.  
ROCH BRUNETTE INC. (PRODUCTIONS)  
ROGER HÉROUX INC.  
(LES PRODUCTIONS)  
ROSE FILMS INC.  
SAGITTAIRE INC. (LE GROUPE)  
SCÉNO VISION INC.  
SOCIÉTÉ NOUVELLE DE PRODUCTION  
INC.  
SOGESTALT 2001 INC.  
SOMA PUB INC.  
SOVIMAGE INC. (LES PRODUCTIONS)  
SPECTRA ANIMATION  
SPHÈRE MÉDIA PLUS INC.  
S.W.A.T. FILMS INC.  
SYNERCOM TÉLÉPRODUCTIONS INC.  
TÉLÉFICTION INC.  
TÉLÉ-VISION 84 INC.  
THALIE INC. (LES PRODUCTIONS)

TOTALE FICTION INC. (PRODUCTIONS)  
TOUT ÉCRAN INC.  
TRAIT D'UNION (LES PRODUCTIONS)  
TRANSFILM INC.  
TRINÔME-INTER INC.  
UBERDO PRODUCTIONS  
VÉLOCITÉ INTERNATIONAL INC.  
VENDÔME TÉLÉVISION INC.  
VENT D'EST INC. (LES PRODUCTIONS)  
VERSEAU INTERNATIONAL INC.  
VIC PELLETIER (LES PRODUCTIONS)  
VIDÉOFILMS LTÉE (LES PRODUCTIONS)  
VIRAGE (PRODUCTIONS)  
VISION 4 INC. (LES FILMS)  
VITALMÉDIA INC.  
VIVAVISION INC.  
VOODOO MÉDIA ARTS (1998) INC.  
ZÉRO INC. (LES PRODUCTIONS)  
ZINGARO INC. (FILMS)  
ZONE 3 INC.  
ZULÙ FILMS INC.

## Ex-membres de l'APFTQ ententes cinéma et télévision

BALZAC FILMS INC.  
KAOMAX (COMMUNICATIONS)  
LUX FILMS  
POLY-PRODUCTIONS LTÉE  
QUAI 32 (PRODUCTIONS)  
REGARD INC. (LES PRODUCTIONS DU)  
YUL FILMS INC.

## Les producteurs indépendants

Deux ententes collectives sont en vigueur entre la SARTEC et l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) : l'une en télévision, l'autre en cinéma. Les producteurs indépendants se répartissent en trois catégories.

## Les producteurs membres de l'APFTQ

Toute filiale détenue à 100 % des actions votantes du capital-action par une entité corporative qui est membre régulier ou membre stagiaire de l'APFTQ est automatiquement considérée membre de l'APFTQ aux fins de l'application des ententes collectives signées par l'APFTQ. Ces producteurs sont couverts par les ententes collectives en télévision et en cinéma.

## Les producteurs ex-membres de l'APFTQ

En vertu de la *Loi sur le statut de l'artiste*, les producteurs qui étaient membres de l'APFTQ lors de la signature d'une entente collective y demeurent assujettis même s'ils ont quitté les rangs de cette association. En télévision, les producteurs qui étaient membres de l'APFTQ en mars 2001 sont donc encore concernés par l'entente collective. En cinéma, les producteurs, membres de l'APFTQ en juillet 1999 sont liés, même s'ils quittent l'APFTQ par la suite.

Mais quelle que soit la situation de votre producteur, particulièrement s'il n'est pas couvert par une entente collective, n'hésitez pas à appeler la SARTEC avant d'apposer votre signature au bas d'un contrat.