



« Le contenu canadien dans un monde numérique »

Consultation de Patrimoine canadien

Dans le cadre des consultations de Patrimoine canadien: « Le contenu canadien dans un monde numérique », Média NB, l'association qui représente les producteurs de cinéma, de télévision et de médias numériques anglophones, francophones et autochtones du Nouveau-Brunswick désire soumettre ses commentaires.

Les membres de Médias NB sont des entrepreneurs culturels qui supportent les créateurs de leur province. Leur but est de produire du contenu dans tous les genres, tous les formats et sur toutes les plateformes. Nous voulons raconter nos histoires et raconter des histoires à partir de notre perspective. Nous tenons une place dans la diversité culturelle canadienne et il serait important de la considérer dans l'élaboration des politiques qui façonneront notre avenir.

Le système culturel tel qu'on le connaît est issu de nombreuses années d'efforts et de représentation de la part de la plupart des intervenants canadiens. Il appuie de son mieux les créateurs et respecte le choix des citoyens où cela est possible. Cependant les fusions de grandes entreprises intégrées verticalement telles Bell Média et Rogers et les politiques du CRTC obligent le citoyen à subir le système de radiodiffusion sans que les choix des créateurs et entrepreneurs culturels soient entendus et intégrés aux politiques. Parlons télé a semblé être un effort pour écouter le citoyen, mais les premières conclusions de ces consultations semblent diminuer l'importance qu'ont les créateurs et le contenu canadien et mise plutôt sur une régulation des tarifs pour les services de distribution télévisuelle.

D'ailleurs pour le citoyen, c'est la grande motivation de se tourner vers de nouvelles plateformes moins contrôlées (pour l'instant) et qui permettent de télécharger du contenu culturel à leur guise et souvent sans payer en trichant le système. Le contenu canadien sur ces plateformes n'est pas réglementé et il n'y a aucune redevance des distributeurs de ces contenus qui reviennent aux créateurs. Le citoyen est bonifié, le créateur en souffre. En conclusion, les créateurs de contenus et la provenance canadienne des contenus sont ce qui doit d'abord être protégés dans le système actuel et ce qui doit être promu dans toutes évolutions que le système devrait prendre.

Pour ce qui est d'utiliser le contenu pour une démocratie forte, nous croyons que le contenu devrait d'abord être véridique et contrôlé. Si n'importe qui peut se servir des plateformes pour dire n'importe quelle information mensongère et que ce contenu permet à de fausses vérités d'influencer l'opinion publique, les nombreuses plateformes deviennent plutôt un danger à la démocratie.

Comme pour les médicaments, il doit y avoir un certain contrôle de la qualité. La meilleure façon de favoriser une démocratie plus forte est de permettre à plus de voix d'être entendues certes, mais tant que les Facebook de ce monde ne règlementeront pas leurs plateformes et que le gouvernement fédéral n'aura pas d'outils en place pour obliger ces joueurs à contrôler leurs contenus, le résultat demeure idéaliste. Plus il y a de plateformes et d'informations, plus il y a de contradictions et d'ambiguïtés et cela ne veut pas dire que nous sommes sur la route d'une démocratie plus forte. Il serait peut-être plus valable de mettre une plateforme officielle en place qui émet des avis sur la véracité du contenu. Un site web où il est possible d'aller chercher des confirmations sur les informations afin de valider si elles sont véridiques ou fabriquées.

Relever le défi de promouvoir la créativité du Canada dans le monde numérique est un enjeu en soi, qu'il favorise une démocratie forte ou non.

Les créateurs et entrepreneurs culturels canadiens sont déjà à l'action ou cherchent des façons de le faire afin de gagner leurs vies. Pour ceux en régions éloignées des centres urbains, il serait plus judicieux de pouvoir se servir du système actuel de façon plus conviviale. Nous n'avons pas facilement accès à tous les outils disponibles, les formations, les colloques, les festivals, les Fonds indépendants certifiés, les diffuseurs et le fait que nous sommes pour la plupart des Acadiens en situation minoritaire ou des anglophones loin des grands centres urbains implique que chez-nous ces outils sont moins utilisés, car ils sont majoritairement situés dans les grands centres urbains où sont les grands joueurs de l'industrie. Tout doit se faire à distance et désavantage en partant le créateur en région.

Lorsqu'on assiste à la fusion de Time Warner avec AT&T ou de Bell Média qui achète Astral, on se rend compte que les grands joueurs prennent position pour contrôler le contenu de la création à la diffusion sur toutes les plateformes de façon intégrée verticalement. S'ils n'ont pas les plateformes voulues, ils créent de nouvelles plateformes ou les acquièrent, s'ils n'ont pas les créateurs de contenu, ils acquièrent les droits pour de longues périodes ou les embauchent directement pour détenir les droits. Les créateurs de qualité sont rares et lorsqu'ils se manifestent, ce sont souvent les compagnies les plus fortunées qui les embauchent. Donc, la formation de créateurs est le point de départ de cette grande chaîne qui mène à l'exportation de contenu canadien à l'échelle mondiale.

Dans notre région il n'y a pas de formation pour les créateurs, il n'y a pas de siège social des décideurs qui achètent le contenu et il n'y a pas de distributeurs pour représenter les entrepreneurs culturels qui veulent vendre leurs produits. Donc la marche est haute si on veut rester chez-nous et fonctionner dans cet univers numérique et son marché mondial. Donner un appui aux créateurs canadiens ou aux entrepreneurs culturels qui les représentent pour qu'ils se déplacent vers les grands centres seraient un atout dans le monde actuel.

Comme nous venons de conclure, l'appui à la formation des créateurs et aux déplacements requis pour faire la représentation de ceux-ci dans les grands centres urbains est un bon point de départ.

Cette consultation de Patrimoine canadien présente des questions qui demandent de jeter un regard sur les outils existants qui consistent surtout en divers Fonds d'aide aux créateurs et entrepreneurs culturels. D'abord cela implique que les outils soient bien connus et présentés aux créateurs et entrepreneurs. Tous les Fonds existant devraient être bien connus et accessibles aux créateurs et entrepreneurs culturels en région. La représentativité pancanadienne et les obligations imposées à ces Fonds doivent faire en sorte de favoriser les petits joueurs en région, sinon c'est peine perdue.

L'accès aux Fonds certifiés et aux crédits d'impôts fédéraux implique normalement que le déclencheur soit un diffuseur qui achète une licence pour les droits afin de diffuser le contenu. Média NB propose à Patrimoine canadien de revoir cette politique à cause de la venue de nouveaux joueurs.

En effet, certaines grandes marques telles Red Bull ou Patagonia financent présentement des productions de contenus qui sont non-promotionnels et sans objectifs qui servent leurs propres intérêts; des contenus créatifs ayant un grand attrait sur les marchés mondiaux. D'autres plateformes telles Netflix financent également des contenus canadiens et les entrepreneurs culturels n'ont pas accès aux crédits d'impôts ou autre Fonds spécialisés car le déclencheur n'est pas un diffuseur canadien. Que penser aussi des autres joueurs de l'industrie qui financent certaines productions. Nous pensons à l'ONF et au Conseil des Arts du Canada qui proposent tous les deux du financement aux créateurs. Les entrepreneurs culturels sont exclus de ces ressources car l'ONF conserve les droits sur les productions au pourcentage du budget qu'il y investi et le CAC oblige les créateurs à détenir les droits. Impossible pour nos membres de s'associer pour contribuer à la diffusion des œuvres créées.

D'autres contenus voient également le jour grâce à des campagnes de sociaux-financement ou obtiendront de nombreux mentions j'aime ou visionnements sur différentes plateformes. Tous ces nouveaux éléments doivent faire partie d'un nouvel équilibre afin de permettre aux créateurs de contenus canadiens de prendre leur envol et d'avoir accès au financement adéquat, même si le diffuseur n'est pas le déclencheur primaire. Nous avons que le FMC se penche sur cet aspect, mais il devra se refléter dans les autres Fonds et programmes de crédits d'impôts fédéral et provinciaux.

Nous aimerions jeter un regard sur les situations provinciales qui sont très inégales et qui jouent un grand rôle dans le développement et la production des contenus canadiens. Au Canada certaines provinces sont avantagées par la concentration de l'industrie, notamment le Québec, l'Ontario et la Colombie Britannique. Ailleurs on assiste souvent à l'incompréhension du système de financement de notre industrie par les nouveaux gouvernements élus.

Ici au Nouveau-Brunswick le programme de soutien à l'industrie est tombée en 2010 et vacille depuis peinant à supporter les créateurs. En Saskatchewan, le gouvernement provincial a carrément aboli le programme de soutien à l'industrie il y a quelques années déjà et en Nouvelle-Écosse ça se passait il y a deux ans. À chaque fois que cela se produit c'est tout l'écosystème de la production qui est ébranlé.

Média NB aimerait bien de l'aide afin de produire un document qui présenterait l'importance pour les gouvernements provinciaux de garder les programmes de soutien en place et des éléments essentiels que ces programmes doivent offrir afin de permettre aux créateurs de contenus et aux entrepreneurs culturels de fonctionner dans une industrie canadienne forte d'un océan à l'autre.

Nous sommes au courant qu'il existe un comité interprovincial au sein de Patrimoine canadien concernant les crédits d'impôts du BCPAC. Nous avons été surpris d'apprendre que le N-B ne siégeait pas sur ce comité. Nous croyons qu'il est d'une importance cruciale qu'un tel comité soit représentatif de toutes les provinces et qu'il reflète l'importance de notre industrie aux différents gouvernements élus.

Un autre point que nous aimerions présenter et qui est moins important pour nous qu'il l'est pour les compagnies canadiennes françaises de traduction, de surimpression audio et de doublage est celui des versions françaises de France d'émissions anglophones produites au Canada. Parfois un producteur canadien qui reçoit des crédits d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne vend une production à un distributeur américain ou européen et cette production canadienne est ensuite acquise par un diffuseur francophone canadien qui achète la version française doublée en Europe de cette production canadienne anglophone. Ce qui en final donne du contenu canadien qui n'a pas été traduit et traité pour les francophones canadiens par des francophones canadiens.

Cela équivaut à une perte de revenu pour les maisons de traduction et de doublage canadiennes et à du contenu canadien diffusé ici mais qui s'adresse à un public européen. Pour empêcher de telles occurrences, les règles du BCPAC pourraient empêcher les producteurs anglophones canadiens de céder à leurs coproducteurs américains ou autres distributeurs, les droits pour la distribution francophone canadienne ou être obligés au départ d'en faire une version canadienne-française. Ainsi on évitera que le produit canadien anglophone arrive sur le marché francophone canadien par la porte d'en arrière. Car c'est parfois ce qui se passe. Le producteur canadien cède les droits de distribution internationale au coproducteur américain qui vend le produit en Europe qui est ensuite revendu au Canada francophone en versions très marrantes françaises.

Nous osons espérer que dans toutes implémentations du gouvernement canadien du développement de ses nouvelles politiques culturelles, que les francophones en situation minoritaire soient considérés et que des mesures soient mise en place afin de faciliter leur apport à la création canadienne de contenu exportable. Que les anglophones et autochtones en régions soient également considérés afin de les aider à se rendre aux acheteurs et à développer leurs marchés respectifs.

Nous aimerions ici faire un point concernant le long-métrage. Comme mentionné dans une présentation par l'APFC au comité permanent de Patrimoine canadien sur le long-métrage au Canada en 2014, les francophones en situations minoritaires ne touchent pas 1% du budget attribué à l'industrie francophone canadienne par Téléfilm Canada. Pourquoi ?

Le programme est construit pour accommoder le système québécois de l'industrie du long-métrage, comme il n'y a pas de SODEC ou d'organisme similaire qui investit dans le cinéma francophone hors-Québec et parce qu'il y a un manque de soutien adéquat des gouvernements provinciaux pour le long-métrage dans les provinces pauvres, ce sont les gros joueurs qui détiennent le savoir-faire et les moyens à Montréal. Les distributeurs et les producteurs d'envergures sont bien installés en haut de la pyramide et ici on peine à développer du talent et à le garder chez-nous. C'est la réalité pour le long-métrage francophone en situation minoritaire.

Comme il a été mentionné à ce comité permanent de PCH, la création d'un Fonds spécialisé pour la production cinématographique en situation minoritaire permettrait l'éclosion de cette partie de l'industrie partout au Canada. Un Fonds de plus ou moins un million de dollars dédié au long-métrage par année avec une structure qui favorise la création permettrait un bon point de départ et nous pourrions assister à l'avènement de films contribuant au cinéma canadien émanant de la francophonie en situation minoritaire.

Le résultat positif du programme d'aide à la production de langue française en milieu minoritaire (PLFMM) au Fonds des médias du Canada pour ce qui concerne la production télévisuelle en est un exemple parfait. Ce programme a permis l'éclosion d'une industrie vivante qui crée des contenus de qualité exportable au reste du Canada et compétitifs à l'échelle mondiale. Cependant il est présentement limité autour de 11% des fonds alloués à l'industrie francophones canadienne. Selon nous, le programme PFLMM du FMC devrait être augmenté à 15% des fonds alloués à l'industrie francophone canadienne afin de représenter le pourcentage réel de francophones vivants à l'extérieur du Québec. Cela permettrait de stabiliser la production en région pour les CLOSM.

Il y a une industrie télévisuelle francophone en situation minoritaire en pleine expansion et plusieurs boîtes de production voient le jour du Yukon à Terre-Neuve et c'est surtout grâce à la nouvelle chaîne Unis-TV affiliée à TV5 Québec Canada, mais aussi à cause de l'essor du talent en région et du PLFMM du FMC.

Nous imaginons qu'un nouveau Fonds spécialisé pour les francophones en situation minoritaire pourrait s'étendre à d'autres plateformes que le long-métrage et qu'il devrait aussi comporter un volet formation et dépenses de déplacement. Le contenu exportable commence par la scénarisation et les bons auteurs doivent avoir la chance de se développer et d'apprendre à écrire selon la plateforme, le format et le budget. En français, cela ne s'enseigne qu'à Montréal.

L'autre problème majeur est que les auteurs et créateurs qui veulent vivre dans leurs milieux sont souvent confrontés à prendre d'autres emplois car la demande ne soutient pas l'offre. Nous devons développer le talent créateur, mais surtout lui donner de l'emploi pour qu'il reste chez-eux. Seul l'augmentation des productions en région permettra de stabiliser cette situation, de là l'importance d'avoir des Fonds spécialisés bien financés et de la formation accessible.

Pour vous donner une meilleure image, nous imaginons une équipe qui voyagerait dans les régions pour donner des formations en écriture sur différentes plateformes, avec des concours qui permettraient au talent en région de présenter leurs projets et d'être évalués et soutenus dans le développement selon les besoins et avec un programme qui permettrait la production des meilleurs projets soumis à ces concours. Voilà qui amènerait de l'eau au moulin. Et Dieu sait que les moulins en région aimeraient bien donner de l'ouvrage aux employés à l'année, mais ce n'est pas le cas présentement.

Nous parlons de long-métrage à cause de ce rapport présenté par l'APFC, il y a deux ans lors d'une consultation de PCH, mais il est évident que nous aimerions voir différentes dispositions concernant le développement de la création et de la production pour toutes les plateformes.

À notre humble avis, la mise en place d'une stratégie efficace, pour la création et la distribution et l'exportation de contenu canadien de qualité dans le monde, devra passer par des Fonds spécialisés et une formation accrue. Il y a une multitude de Fonds existants qui ne demande qu'à être améliorés. Le troisième volet du Fonds Harold Greenberg par exemple favorise le développement de format ou la conversion de programme existant en formats exportables. Ce genre de Fonds demande que les entrepreneurs culturels en région soient informés de ces différents programmes et sachent ce qu'ils doivent faire pour avoir accès à cet aide. L'accès à des distributeurs engagés est essentiel également à l'exportation de contenus.

Les Fonds certifiés indépendants devraient avoir des objectifs précis afin de permettre à des producteurs en situation minoritaire d'y avoir accès. Ce qui nous ramène à l'idée d'un nouveau Fonds spécialisé pour les CLOSM francophones, car le point de vue de la majorité de nos membres est celui de francophones en situation minoritaire.

En conclusion, afin de permettre l'évolution de la création et des entrepreneurs culturels en région, Patrimoine canadien devrait d'abord mettre en place des conditions qui favorisent l'accès aux Fonds indépendants certifiés en place pour les CLOSM et ensuite créer un Fonds spécialisé au développement et à la production de la création pour le court-métrage, le long-métrage et autres formats pour toutes les autres plateformes exceptées la télévision qui est déjà bien servie par le FMC.

Quatre-vingt quinze pourcent (95%) de la production canadienne se passe actuellement dans trois provinces, mais une bonne partie du talent provient d'ailleurs. Si rien n'est fait concrètement, ce phénomène va seulement continuer à s'accroître, car les jeunes sont vite découragés dans nos régions lorsqu'ils essaient de devenir créateurs ou entrepreneurs culturels et d'en vivre honorablement.

Concernant le retour sur l'investissement et la provenance des argents pour financer ce Fonds spécialisé, il va de soi que le gouvernement fédéral devra trouver une solution afin que les distributeurs des différentes plateformes que ce soit sur Internet ou sur les réseaux téléphoniques contribuent au contenu canadien.

Pourquoi est-il si facile au Canada d'acheter des services de plateformes provenant d'ailleurs sans que les fournisseurs n'aient à donner en retour ? La formule imposée par le CRTC pour la télévision fonctionne et a permis à une industrie de s'éclorre au Canada.. Si nous regardons le cas du service de transport Uber, le Québec est en train de les obliger à remettre des dividendes.

Mais en fin de compte, peu importe la provenance du financement, Patrimoine canadien doit permettre l'éclosion d'un nouveau Fonds spécialisé et d'aider le talent canadien francophone en situation minoritaire à s'améliorer, aux créations de se réaliser et aux contenus d'être exportés.

Média NB espère également que les anglophones en région éloignée ainsi que les autochtones soient considérés et que les grands diffuseurs soient obligés d'utiliser leurs services afin qu'ils se développent dans leurs milieux respectifs et que leurs voix sonnent haut et fort comme celles des citoyens urbains. Des formations et de l'aide financière à la production doivent être mises en place afin de permettre aux créateurs de contenus en région de créer et de se déplacer pour aller rencontrer les acheteurs dans les grands centres et produire du contenu canadien compétitif sur les marchés.

Le gouvernement a une obligation d'offrir les options favorables au développement de contenus canadiens créés et produits en région.

René Savoie, président
Média NB
info@medianb.ca