



**Consultation aux fins de connaître des pistes et solutions concrètes pour
assurer l'avenir de l'industrie audiovisuelle québécoise**

Mémoire de l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC)

30 novembre 2024

Introduction

En réponse aux défis du secteur audiovisuel, le ministre de la Culture et des Communications, Mathieu Lacombe, a annoncé en juin dernier la création d'un Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec.

Le Groupe de travail a lancé une consultation pour connaître les idées et les pistes de solution concrètes pour assurer l'avenir de l'industrie audiovisuelle québécoise.

L'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) a été invitée à répondre aux questions qui concernent plus spécifiquement notre association et à présenter nos idées et initiatives en lien avec le mandat du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec.

L'APFC est heureuse de participer à cette consultation et de soumettre le présent mémoire à cet effet.

L'APFC est l'association professionnelle qui représente les sociétés de production francophones des communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada. Depuis 25 ans, notre travail consiste à promouvoir le contenu audiovisuel exceptionnel produit par nos membres et à défendre sa valeur culturelle, économique, identitaire et linguistique pour l'ensemble du pays auprès des responsables des politiques publiques. L'APFC participe à l'essor d'une industrie des écrans qui reflète les réalités, les talents et le dynamisme des francophones du pays.

Les producteurs de l'APFC proviennent de toutes les régions du Canada : du Yukon à la Nouvelle-Écosse, en passant par le Nouveau-Brunswick, l'Ontario, le Manitoba, l'Alberta et la Colombie-Britannique. Nos membres ont entre autres pour mission de donner la parole à leurs communautés, de leur fournir un miroir dans lequel elles se reconnaissent et qui les représente dans le paysage audiovisuel d'aujourd'hui. Les contenus qu'ils produisent contribuent à la vitalité de ces communautés et de leur langue, à freiner l'assimilation des jeunes à la culture anglophone et à assurer l'expression d'une diversité de voix francophones au pays.

Les sociétés membres de l'APFC produisent du contenu pour la télévision, le cinéma et les médias numériques. Particulièrement actifs dans le domaine télévisuel, ils offrent une variété de contenus à des auditoires francophones de leurs communautés, mais aussi du Québec et d'autres territoires francophones, grâce à leur collaboration avec des diffuseurs et groupes de diffuseurs provinciaux, nationaux et internationaux, dont AMI-télé, APTN, Bell Média, Canal +, Corus, Groupe TVA, Radio Télévision Française (RTF), Société Radio-Canada, Télé-Québec, TFO, TV5, TV5 Monde et UnisTV.

Qu'il s'agisse de séries de fiction, de documentaires, de variétés ou jeunesse, les productions des sociétés membres de l'APFC contribuent à la richesse de l'offre de contenus culturels d'expression originale de langue française. La grande qualité de ces contenus est d'ailleurs reconnue par l'industrie des écrans comme en font foi les 29 nominations obtenues aux prix Gémeaux de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, en juillet 2024.

Le monde de Gabrielle Roy, une série de fiction à grand budget et grand déploiement, coproduite par les Productions Rivard (Manitoba), a été un succès critique et populaire auprès des auditoires canadiens francophones. La qualité des productions est aussi reconnue au pays comme à l'international : le documentaire *Johanne, tout simplement*, produit par Kavalo Productions (Ontario), a remporté le prix du « Meilleur long métrage » à l'édition 2024 du Festival de films Reelworld et le film *Y'a une étoile*, produit par Bellefeuille Production (Nouveau-Brunswick) a été récompensé dans le cadre du Diversify TV Awards du MIPCOM le mois dernier, l'un des plus grands marchés de télévision au monde.

Toute initiative du Québec qui vise à permettre à l'industrie audiovisuelle québécoise de continuer à prospérer et à rayonner au Québec et mondialement aura nécessairement une incidence sur l'ensemble des producteurs médiatiques francophones du pays, ne serait-ce qu'en raison de la relation étroite entretenue par ceux-ci avec les télédiffuseurs de langue française basés au Québec depuis maintenant quelques décennies et grâce auxquels une part importante des projets de production télévisuelle sont financés.

L'APFC souhaite contribuer à la réflexion du Groupe de travail en y ajoutant la perspective de ses membres, dont le travail contribue à l'augmentation de l'utilisation du français et du nombre de francophiles au pays. Il concourt également à assurer la vitalité des collectivités francophones du Canada en créant un sentiment d'appartenance et en participant à la construction identitaire des jeunes francophones de nos communautés.

1) Stimuler la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires

La politique du Québec en matière de francophonie canadienne affirme que « [l]e Québec est le seul État de langue française en Amérique du Nord, mais nous partageons notre langue avec de nombreuses communautés francophones et acadiennes du Canada. (...) Le Québec est investi d'une responsabilité particulière à l'égard de l'usage, de la promotion et de la vitalité du français. En occupant la place de chef de file, nous avons pu trouver de nouvelles façons de stimuler la vie et la culture d'expression française. »

L'APFC est convaincue que, pour stimuler la création audiovisuelle francophone, le ministère de la Culture et des Communications devrait tenir compte des récits des

communautés francophones en situation minoritaire (CFSM). Nos histoires sont riches et diverses et renforcent le tissu social des collectivités francophones partout au pays.

Le français est une langue minoritaire au Canada. Elle l'est encore davantage en Amérique du Nord. Avec l'affaiblissement d'une masse critique de francophones vivant à l'extérieur du Québec, la mondialisation qui efface toute forme de frontières et les forces du marché qui accentuent la menace de l'assimilation de nos auditoires à la culture anglophone, l'accessibilité aux productions de langue française est nécessaire pour assurer la pérennité et la vitalité de la langue française partout au Canada.

Dans ce contexte, la collaboration est plus que jamais essentielle. C'est pourquoi **la mise en place de leviers favorisant les coproductions interprovinciales entre des sociétés de production franco-canadiennes et québécoises** pourrait contribuer à faire rayonner le français dans l'ensemble des provinces et territoires. Une collaboration récente illustre bien cette dynamique : la série *Hôtel Beyrouth*, coproduite entre l'Ontario et le Québec, qui raconte l'histoire d'une famille d'immigrants libanais venus s'installer à Ottawa à la fin des années 1980 pour fuir la guerre dans leur pays. Ce projet met en lumière des récits universels tout en restant ancré dans la réalité francophone canadienne.

La collaboration devrait également s'étendre au domaine du transfert de compétences et d'expertises. L'APFC est d'avis qu'il serait bénéfique de rendre accessibles aux francophones en milieu minoritaire les **offres de formation actuellement destinées aux Québécois**. En effet, l'accès à la formation en langue française demeure limité pour les professionnels de l'audiovisuel dans la francophonie canadienne.

La dispersion des créateurs et producteurs francophones sur un très grand territoire entrave l'accès à des formations spécialisées et limite les occasions d'échanges avec d'autres producteurs, artistes et formateurs sur différents volets d'un métier en constante évolution. Pour que ces créateurs talentueux puissent exploiter leur potentiel et se tailler une place dans un marché de plus en plus concurrentiel, ils doivent pouvoir continuer de se parfaire et de se renouveler tout au long de leur cheminement professionnel.

Bien que l'APFC a réussi à mettre sur pied avec succès le programme Élan, dont 108 professionnels de l'industrie audiovisuelle en francophonie canadienne ont pu bénéficier, l'APFC ne peut assurer à elle seule l'offre d'opportunités de perfectionnement pour l'ensemble de notre secteur.

Ouvrir les formations québécoises aux professionnels franco-canadiens favoriserait le partage de savoir-faire, l'amélioration de la qualité des projets développés et produits et encouragerait la cocréation et la coproduction d'œuvres. Elle permettrait également de proposer aux auditoires une offre variée de contenus, tant en termes

de format que de genre, tout en valorisant des récits issus de l'ensemble de la francophonie canadienne.

Prenons l'exemple de Paul Ruban, un écrivain et scénariste ontarien, qui a été invité à participer à l'Atelier Grand Nord 2023. Depuis 20 ans, cet atelier réunit des professionnels du cinéma issus de la communauté francophone du Québec et d'Europe pour des séances de travail et d'échanges axées sur l'écriture scénaristique. Ce type d'atelier favorise l'émergence de projets ambitieux et contribue à l'essor de récits francophones diversifiés et captivants. Le projet du scénariste ontarien, développé dans le cadre du programme Élan de l'APFC, a assurément bénéficié de l'initiative de la SODEC, ce qui a mené à son financement en production. La sortie du film *Denise sans Denis* est prévue en 2025.

2) Soutenir la production de contenus variés de qualité

La production de contenus francophones contribue à la richesse de l'identité canadienne, en plus de stimuler le développement économique, social et culturel des communautés et de freiner l'assimilation des auditoires à la culture anglophone.

Les transformations en cours dans l'industrie canadienne des écrans ont engendré des déséquilibres marqués entre les différents intervenants qui la composent. Bien que la modernisation de la *Loi sur la radiodiffusion* et du cadre réglementaire qui en découle vise à rétablir cet équilibre, la pression exercée sur les entreprises canadiennes demeure toujours très forte aujourd'hui et le sera certainement pour les prochaines années, notamment en raison de la baisse des dépenses annuelles consacrées à la production nationale, en opposition avec la croissance constante des dépenses émanant de la production de services étrangers.

La production télévisuelle canadienne en langue française manque de financement pour s'adapter au nouvel écosystème de la radiodiffusion, qui évolue au-delà de la télévision traditionnelle et des frontières canadiennes. Pour garantir une programmation nationale équivalente en français et en anglais, **il est essentiel d'adapter les sources de financement aux besoins des deux marchés**, afin de permettre aux œuvres francophones de se démarquer et d'être plus compétitives, tant sur la scène nationale qu'internationale.

Cette situation touche également les producteurs indépendants de la francophonie canadienne, d'autant plus que, dans leur cas, le coût de la main-d'œuvre est souvent aligné sur les tarifs anglophones. En effet, il est important de noter que le financement pour les producteurs franco-canadiens diffère de celui de leurs homologues anglophones du pays et de celui des francophones du Québec, à commencer par le soutien des institutions publiques nationales dans la production de langue française. Selon les données du Fonds des médias du Canada (FMC), l'investissement du FMC compte pour 34 % du financement des projets télévisuels hors Québec contre 15 % au Québec. Les droits versés par les diffuseurs du marché

francophone aux projets des CFSM représentent 34 % des sources de financement, en comparaison aux projets du Québec, dont la moyenne est à 50 %. De plus, comme au Québec, les émissions en langue française sont rarement bonifiées par des investissements étrangers, qui s'élèvent à 33 % dans le marché anglophone. Le constat est donc clair : la production francophone en milieu minoritaire est indéniablement dépendante des fonds publics, augmentant ainsi sa vulnérabilité à la baisse de leurs budgets. Sans autre source de financement et avec des moyens de production beaucoup plus modestes, il est difficile d'attirer à la fois des investisseurs étrangers et de retenir les auditoires nationaux, qui ont désormais l'embaras du choix avec des productions mondiales aux budgets beaucoup plus importants.

La Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121, qui rend obligatoires depuis le 1^{er} septembre 2024 les contributions de base des entreprises en ligne pour l'année de radiodiffusion 2024-2025, constitue une occasion de renforcer le soutien à la production de contenus diversifiés et de qualité.

Dans ce contexte, il est crucial de mettre en place des solutions permettant **d'équilibrer les relations commerciales**, afin que l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel et du cinéma puissent offrir des contenus variés et de qualité à long terme.

3) Accroître la production de contenus jeunesse

Le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec met en avant un phénomène préoccupant : la diminution notable de l'écoute des jeunes publics pour les contenus locaux et nationaux. La compétition dans l'industrie des écrans s'intensifie à un rythme sans précédent. Aujourd'hui, elle concerne l'ensemble du marché canadien. La production canadienne de langue française, qui dispose de moins de moyens, n'y fait pas exception.

Les plus récentes données du FMC indiquent que, malgré une augmentation de 26 % des productions canadiennes pour enfants et jeunes dans l'ensemble de l'industrie, la contribution du FMC au financement du contenu pour enfants et jeunes a diminué de 29 % entre 2013-2014 et 2022-2023. Nous le rappelons : la production de contenus francophones par les producteurs des CFSM est très dépendante du financement du FMC.

Des initiatives intéressantes pour développer davantage de projets d'animation ont été mises en place en partenariat avec le FMC, dont un nouveau programme de prototypage de séries d'animation pour enfants et jeunes conçues au Québec. Cependant, en francophonie canadienne, les projets d'animation sont très difficiles à financer, du fait que peu de studios d'animation sont établis en région. La plupart se situent en effet dans les grands centres, comme Montréal et Toronto, ce qui

augmente les coûts de production et limite l'accès aux crédits d'impôt provinciaux sur lesquels comptent les producteurs pour boucler leurs structures financières.

Cela dit, nos producteurs ont développé une grande expertise en émissions jeunesse en prise de vue réelle, dont la qualité est reconnue par le public et l'industrie canadienne. La relation qu'entretiennent nos sociétés membres avec le diffuseur ontarien TFO est un bel exemple de collaboration quant à la production de contenus pour les jeunes qui soient éducatifs, inclusifs, pertinents et d'avant-garde. TFO diffuse des œuvres destinées aux publics francophones et francophiles de l'Ontario, des autres communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada et du Québec. Quotidiennement, par l'entremise de sa programmation diversifiée ciblant les jeunes et les familles, TFO cultive le goût d'apprendre et célèbre le fait français. L'APFC estime que le diffuseur ontarien incarne un partenaire de choix pour coproduire des émissions jeunesse avec d'autres diffuseurs publics, tels que Radio-Canada, Télé-Québec ou TV5-Unis TV. Mutualiser les ressources, les expertises, les talents et même les publics de ces diffuseurs est un principe à exploiter pour accroître la production de contenus jeunesse et rivaliser avec l'abondance de l'offre venant d'ailleurs.

Au Canada, les jeunes sont effectivement exposés à des productions internationales, qui occupent une place grandissante dans leur quotidien numérique. Pour capter leur attention et les sensibiliser aux contenus francophones canadiens, il est aussi essentiel d'impliquer et de mobiliser les adultes qui les entourent, à différents stades de leur vie : les parents, les enseignants, et plus largement, les membres des communautés québécoises et franco-canadiennes.

Exposer les jeunes dès la petite enfance à des contenus francophones créés et produits au Canada augmente la probabilité qu'ils continuent à les rechercher et à les regarder à l'âge adulte. Par ailleurs, renforcer la collaboration entre producteurs et distributeurs serait également bénéfique pour accroître la visibilité des contenus jeunesse.

En milieu scolaire, intégrer les contenus audiovisuels dans les salles de classe représente une opportunité à développer. Cela nécessiterait des initiatives ciblées pour les enseignants du primaire et du secondaire. Les éventuels partenariats entre les diffuseurs québécois et franco-canadiens pourraient justement soutenir la mise sur pied de ces stratégies de développement des publics jeunesse, en visant entre autres les établissements scolaires.

Par exemple, des listes d'œuvres adaptées à un usage pédagogique pourraient être élaborées. En effet, pour refléter la richesse et la diversité des cultures francophones il serait pertinent que les curriculums/programmes de formation québécois incluent des œuvres provenant des communautés francophones en situation minoritaire, et vice-versa. Une telle démarche favoriserait une meilleure compréhension mutuelle et

un sentiment d'appartenance à une francophonie riche et plurielle.

4) Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écrans

Il existe aujourd'hui de nombreuses plateformes de diffusion, ce qui devrait multiplier, pour les auditoires, les opportunités de consommer du contenu audiovisuel de langue française. Malheureusement, cette logique ne se traduit pas nécessairement dans la réalité. Ceci est particulièrement vrai pour le contenu franco-canadien, qui se retrouve presque exclusivement sur les plateformes canadiennes et qui est quasi inexistant dans l'offre des plateformes étrangères. Ce sont surtout des œuvres québécoises qui composent les catalogues de contenus canadiens de langue française. La pauvreté de l'offre franco-canadienne cause donc un réel enjeu d'accessibilité et de visibilité pour ses œuvres.

La disponibilité des œuvres de la francophonie canadienne en milieu minoritaire dépend largement de l'accessibilité des chaînes qui les diffusent aux publics des CFMS. Lorsqu'un diffuseur achète les droits de diffusion d'une œuvre, il en détient l'exclusivité sur le territoire canadien pour une période déterminée. Bien que la majorité des chaînes diffusent une part de leur programmation en ligne, la transmission des émissions se limite parfois à une diffusion linéaire et toutes les chaînes de langue française ne sont pas forcément offertes dans l'ensemble des provinces et territoires du pays. Les barrières géographiques sont moins contraignantes pour les plateformes, qui sont accessibles par Internet – moyennant habituellement un abonnement. En considérant que ces mêmes plateformes n'offrent que très peu de contenu franco-canadien, la production audiovisuelle de la francophonie canadienne se retrouve donc dans une certaine impasse quant à la disponibilité de ses œuvres.

Par ailleurs, malgré l'accélération du déploiement de l'Internet haute vitesse des dernières années, l'accès dans certaines communautés rurales et éloignées présente encore un enjeu, aujourd'hui.

Afin d'améliorer l'accessibilité des œuvres de langue française, une meilleure collaboration entre les différents diffuseurs publics du pays, Télé-Québec, TFO, TV5-Unis TV et la Société Radio-Canada, pourrait être encouragée. L'association entre diffuseurs pour étoffer le catalogue de TOU.TV serait d'ailleurs un bel exemple duquel s'inspirer pour garantir une meilleure diffusion au contenu francophone. L'APFC encourage également le gouvernement du Québec à augmenter son soutien à TV5 Québec Canada comme il l'a fait pour Télé-Québec par l'entremise de son budget 2024-2025. La mission des chaînes TV5 et Unis TV étant de refléter la diversité de la francophonie, plus particulièrement pour Unis TV, celle des communautés francophones en situation minoritaire et des régions du Québec à

l'extérieur de Montréal, le gouvernement consoliderait conséquemment les capacités du diffuseur national à faire entendre toutes les voix qui composent la francophonie, dans la province et ailleurs au pays. Le gouvernement fédéral, qui participe déjà au financement de TV5 Québec Canada, devrait également investir des fonds de contrepartie.

Du côté des plateformes, il pourrait être pertinent d'élaborer une cartographie complète de celles qui offrent du contenu de langue française et qui identifierait les œuvres disponibles dans leur catalogue. À l'image de l'outil [Où voir ça](#), une telle initiative englobant tous les contenus francophones au Québec et hors Québec (tous formats confondus) permettrait non seulement de mieux identifier ces œuvres, mais aussi d'en faciliter l'accès pour le public. Elle offrirait également la possibilité de développer des actions ciblées, adaptées aux objectifs de diffusion et d'exploitation de celles-ci.

Dans son rapport *La Souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique* publié en janvier 2024, le comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels mandaté par le ministre de la Culture et des Communications du Québec articule ses recommandations « autour de la promotion et de la découvrabilité des contenus culturels d'expression originale de langue française, plutôt que sur la protection de la culture locale. »¹ Pour l'APFC, il est important que les mécanismes choisis pour atteindre l'objectif fixé n'entravent pas la circulation des contenus de langue française – qu'il s'agisse des contenus produits par les CFSM comme ceux produits au Québec. Ceci dans le but de prévenir d'éventuelles conséquences imprévues qui pourraient créer des barrières d'accessibilité entre le Québec et les communautés francophones en situation minoritaire, isolant ainsi la diffusion de contenus canadiens en langue française dans leurs territoires respectifs. Dans une telle situation, ce sont les publics francophones comme francophiles, au Québec et ailleurs, qui en subiraient les frais.

L'Alliance souhaite également souligner l'importance de mettre en place des mécanismes visant à garantir que les contenus québécois et franco-canadiens ne soient pas dilués dans une offre francophone plus large, incluant notamment les productions européennes (France, Belgique, Suisse). Une distinction claire de ces œuvres permettrait de mieux valoriser les créations locales issues de nos communautés francophones et d'accroître leur visibilité auprès des spectateurs.

Enfin, il serait pertinent de réfléchir à des stratégies permettant de **favoriser l'exploitation, la diffusion et la promotion des contenus québécois et franco-canadiens au-delà du Québec, dans les autres provinces et territoires du pays**. Différents leviers pouvant être utilisés à cette fin existent d'ailleurs déjà aux quatre coins du Canada. Pensons aux agences de financement provinciales et territoriales,

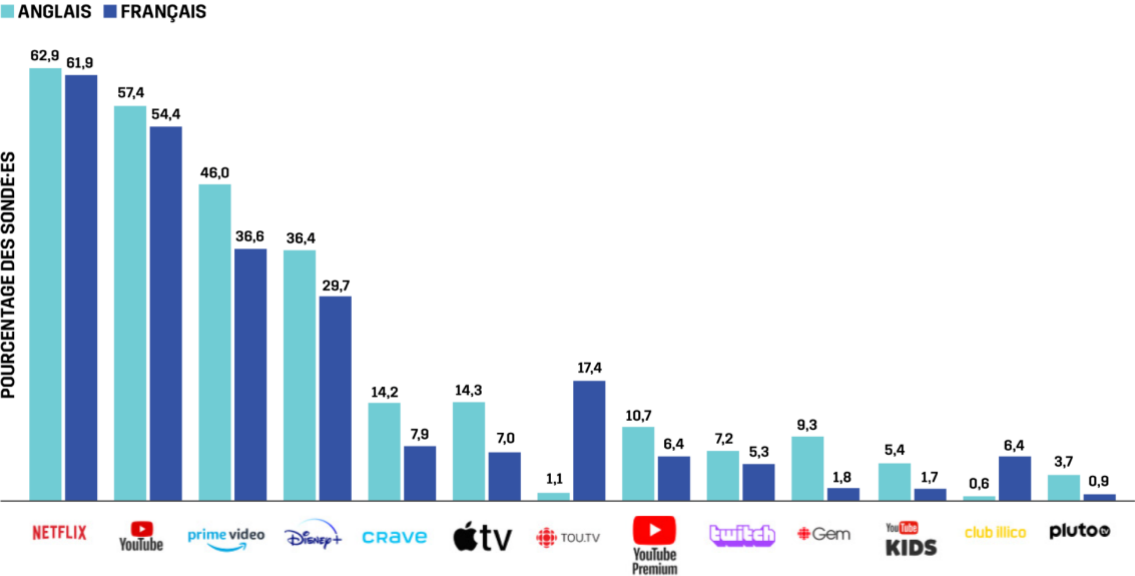
¹ Rapport du comité-conseil, page 11

aux centres culturels francophones, aux stations médiatiques locales et même aux établissements scolaires, qui pourraient tous à leur façon contribuer au rapprochement entre le contenu audiovisuel francophone du Canada et ses potentiels auditoires nationaux. Le programme d'aide à la promotion et à la diffusion de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), plus particulièrement son volet 1 qui vise d'accroître la diffusion des films québécois et des films de cinématographies étrangères, ainsi que favoriser la tenue d'activités de développement des publics à l'échelle locale et nationale, pourrait aussi offrir des pistes de réflexion – à adapter au format des œuvres – pour l'élaboration d'une telle stratégie.

5) Améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et diffusion, dans les espaces tant traditionnels que numériques

Les contenus audiovisuels de langue française – qu'ils soient produits au Québec ou ailleurs au Canada – peinent de plus en plus à se faire découvrir dans un environnement où les contenus de langue anglaise sont surabondants et facilement accessibles, étant donné la grande popularité des plateformes transnationales de diffusion en continu, comme on peut le voir dans le graphique ci-dessous. Dans l'environnement numérique actuel, les contenus produits au Québec comme ceux produits par les membres de l'APFC – qui s'adressent autant au public québécois que francophone en milieu minoritaire (et francophile du Canada) – sont inévitablement affectés par cette situation.

GRAPHIQUE 2.5
PLATEFORMES DE DIFFUSION EN CONTINU LES PLUS POPULAIRES EN 2023



SOURCE: GWI Core, T1-T4 2023, Internautas canadien-nes de 16 à 64 ans

Dans ce contexte, la découvrabilité devient un enjeu stratégique. Elle ne se limite pas à rendre les contenus visibles pour les audiences ciblées, mais aussi à leur permettre de trouver des œuvres pertinentes qu'ils ne cherchaient pas initialement. Se doter d'un plan de découvrabilité est essentiel, et il l'est d'autant plus qu'il est important de le bâtir dès le début d'un projet.

Dans son rapport « Au cœur de la découvrabilité », publié en mars 2022, l'APFC mettait en lumière les quatre piliers de la découvrabilité : la promotion, le marketing numérique, le SER et les métadonnées liées et structurées. La notion de découvrabilité dans l'univers numérique est multicouche : d'un côté, il faut s'adresser aux auditoires en engageant des activités communicationnelles et promotionnelles. De l'autre côté, il faut « parler » aux machines en faisant appel aux compétences inhérentes aux données structurées et liées pour assurer la repérabilité des œuvres par les moteurs de recherche et les systèmes de recommandations. Stratégiquement, il est plus avantageux de recourir à tous les leviers de découvrabilité plutôt que de tout miser sur un seul.

Il semble essentiel de développer **des stratégies de découvrabilité ciblées**, adaptées aux différentes catégories de publics (enfants, adolescents, jeunes adultes, etc.), en utilisant les canaux de communication qu'ils privilégient. Une telle approche permettrait de mieux identifier et cibler les leviers à activer afin de créer des plans de découvrabilité structurés, voire d'élaborer des lignes directrices concrètes pour améliorer l'accès et la visibilité de ces productions.

Par ailleurs, il serait pertinent d'explorer des moyens de renforcer la collaboration entre les différents acteurs du secteur, notamment les diffuseurs, grâce à des initiatives de promotion croisée. Cette approche permettrait aux collaborateurs de se soutenir mutuellement dans leurs efforts de découvrabilité, favorisant ainsi une mise en valeur collective et une meilleure visibilité pour l'ensemble des productions.

Comme l'APFC l'a précisé dans son mémoire soumis dans le cadre de la consultation aux fins d'élaborer un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones, parmi les aspects à prendre en considération par le ministère de la Culture et des Communications du Québec, l'élaboration d'un cadre législatif relatif à la découvrabilité des contenus culturels francophones devrait se faire en harmonie avec la modernisation du cadre réglementaire amorcée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), particulièrement en ce qui concerne les contenus audiovisuels.

Pour atteindre ses objectifs, le Québec devrait collaborer étroitement avec le gouvernement fédéral, ses partenaires francophones, incluant les communautés francophones en milieu minoritaire, ainsi que les acteurs culturels québécois. Cette collaboration visera à affirmer la souveraineté culturelle de toutes les communautés

francophones du pays face à la surabondance de contenus sur le marché, tout en veillant à aligner ses actions sur celles menées au niveau fédéral.

6) Stimuler l'exportation et favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois sur les marchés internationaux

Le rayonnement international du contenu audiovisuel de langue française, qu'il soit du Québec ou d'ailleurs au Canada, ne peut que rejaillir favorablement sur l'industrie francophone des écrans du pays. De plus, le contexte désormais mondialisé du secteur audiovisuel exige assurément le déploiement de ressources conséquentes pour se tailler une place de choix parmi les nombreux joueurs. Seuls un volume substantiel de production, une très grande qualité des contenus et une mise en valeur soutenue pourront amener la production audiovisuelle francophone à compétitionner avec l'offre – anglophone – surabondante à l'échelle internationale.

Pour faire raisonner nos histoires locales auprès des audiences du monde entier, l'APFC estime qu'il est stratégique de s'associer à des partenaires nationaux. De récents succès de collaboration entre organisations provinciales et nationales du Canada témoignent d'ailleurs de la réussite d'une telle démarche. Il s'agit à présent de mieux structurer ce réseau afin que les œuvres de langue française du pays puissent bénéficier des forces et des opportunités qu'offre chacun des partenaires pour se démarquer à l'international.

À titre d'exemple, les Rencontres de coproductions francophones (RCF) réunissent depuis maintenant 20 ans des institutions de la francophonie mondiale, dont la SODEC, afin d'en faire un carrefour d'échange et d'affaire d'œuvres audiovisuelles francophones. Depuis quelques années, de nouveaux partenaires se sont greffés à l'initiative, dont l'APFC en 2021, grâce à qui le reflet du paysage de la francophonie du Canada est désormais complet. À l'international, il est indéniable que la force de l'industrie audiovisuelle de langue française – du Québec et du Canada – soit sa créativité, son talent, ainsi que la richesse et la diversité de sa langue. L'APFC est bien placée pour en témoigner : la mobilisation des partenaires canadiens et la collaboration avec le Québec permettent d'optimiser le rayonnement des œuvres audiovisuelles francophones sur la scène internationale.

En tant qu'organisme phare et porte-parole reconnu de la francophonie canadienne et de l'industrie audiovisuelle, l'Alliance des producteurs francophones du Canada partage la ferme volonté du ministère de la Culture et des Communications du Québec d'assurer la pérennité, le maintien de la qualité et le rayonnement des contenus d'expression originale de langue française dans le Québec, le Canada et ailleurs dans le monde. Nous remercions d'ailleurs le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec de nous avoir donné l'occasion de formuler nos observations pour nourrir la réflexion en cours et soulignons notre grand intérêt à

contribuer aux prochaines étapes du processus, afin d'atteindre cet objectif que nous avons en commun.

La langue française et la culture francophone sont des éléments qui nous unissent. C'est ensemble donc que nous assurerons leur vitalité.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Carol Ann Pilon', with a long horizontal flourish extending to the right.

Carol Ann Pilon

Directrice générale

Alliance des producteurs francophones du Canada