

Observatoire du documentaire Documentary Network

AAMI APFTQ AQTIS ARRQ ASTRAL CBC CFTPA DGC DOC ONF-NFB RIDM SRC TQ VIDÉOGRAPHE

FORUM 2007

RECONNAISSANCE, RAYONNEMENT ET
FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE

RAPPORT FINAL

3480 rue Saint-Denis, Montréal, Québec, H2X 3L3
Tel: 514 276-7484
www.obsdoc.ca
dir@obsdoc.ca

Le FORUM 2007 a bénéficié de l'aide de la Société de Développement des entreprises Culturelles (SODEC), de la Société Radio-Canada (SRC), de Téléfilm Canada et de Télé-Québec.

Le comité de consultation était formé de Paul Lapointe (RIDM), Marie-Anne Raulet (RIDM) et François Xavier Tremblay (AAMI).

Le FORUM 2007 a été organisé par Jean-Pierre Gariépy, directeur général de l'Observatoire du documentaire, en collaboration avec les Rencontres internationales du documentaire de Montréal.

TABLE DES MATIÈRES

Déroulement de la journée.....	page 3
Discours d'ouverture.....	page 4
Chiffres et données: premier volet.....	page 6
Rayonnement du documentaire.....	page 9
Chiffres et données: deuxième volet.....	page 11
Le fonds Canadien de Télévision.....	page 12
Télévisions.....	page 13
viThèque – Vidéographe.....	page 17
Conférence de Jean Lanoix.....	page 20

FORUM 2007

14 NOVEMBRE 2007, GRANDE BIBLIOTHÈQUE DU QUÉBEC, MONTRÉAL

La journée est animée par **Philippe Baylaucq**, cinéaste et Président des Rencontres internationales du documentaire de Montréal.

8 h 30 : Rassemblement – **petit déjeuner, offert par Télé-Québec.**

AVANT-MIDI : RECONNAISSANCE ET RAYONNEMENT DU DOCUMENTAIRE

9 h : CHIFFRES ET DONNÉES — PREMIER VOLET: **SODEC**, présentation chiffrée de **Marie Brazeau, déléguée aux relations d'affaire**, sur la situation des trois dernières années du documentaire au Québec.

9 h 45 **Anita Reher, Directrice des relations internationales, European Documentary Network EDN (Danemark)**

10 h 30 **Pause offerte par Télé-Québec.**

10 h 45 **Diane-estelle Vicari, Directrice, International Documentary Association IDA (USA)**

12 h 00 **Dîner offert par Radio-Canada Télévision**

APRÈS-MIDI : FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE

13 h 00 : CHIFFRES ET DONNÉES – DEUXIÈME VOLET: Présentation d'une étude de *Documentary association of Canada* sur la situation canadienne du documentaire, amorcée lors du sommet politique ONF – HOT DOCS. Cette étude porte le nom de *Toute la vérité* et elle sera présentée par **Samantha Hodder**, Directrice générale de DOC.

13 h 30: FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE ET TÉLÉVISION

Bref historique sur le Fonds Canadien de Télévision présenté par **Monique Simard**, Directrice générale et productrice aux Productions Virage (APFTQ), suivi d'une présentation de **Micheline Pepin**, directrice des programmes documentaire et gestion des fonds, (Télé-Québec), **Marie-Andrée Poliquin**, Directrice des opérations, financement et relations d'affaires, Radio-Canada Télévision et de **Jean-Pierre Laurendeau**, Vice-président programmation, Canal D.

15 h 45: **Pause offerte par Télé-Québec**

16 h 00 : FINANCEMENT DE LA DISTRIBUTION DOCUMENTAIRE MULTIPLATEFORME .

Vithèque : la nouvelle plateforme de distribution de Vidéographe, présentée par **Bernard Claret**.

Jean Lanoix, auteur du livre *Internet 2025*. La meilleure façon de prédire le futur, c'est de le créer: comment relancer l'industrie du documentaire au cours des 10 prochaines années.

17 h 30 : SOMMAIRE DE LA JOURNÉE ET DÉCLARATIONS LIMINAIRES POUR LES SUIVIS.

**Discours d'ouverture de Manon Barbeau,
Présidente du conseil d'administration de l'Observatoire du documentaire.**

Bonjour

Fondé en 2003, l'Observatoire du documentaire, un lieu de réflexion, de rassemblement et d'action pour la promotion du documentaire, en est cette année à son sixième Forum.

L'Observatoire du documentaire regroupe les principales associations audiovisuelles professionnelles du Québec et du Canada. On a des télédiffuseurs avec nous. Ils aiment profondément le documentaire, même si ce n'est pas toujours facile à programmer.

L'Observatoire du documentaire travaille à l'amélioration des conditions de création, de production et de diffusion du documentaire.

L'Observatoire du documentaire ne se contente pas d'observer du haut de sa tour. Il veille de façon active sur le genre et sur les conditions qui permettent au documentaire d'évoluer et de s'épanouir. Ses membres interviennent auprès des institutions et des décideurs quand le documentaire est menacé et planifient des actions stratégiques pour assurer sa survie et son développement.

Malgré un engouement du public pour quelques films, le combat est loin d'être gagné. La reconnaissance du genre et le respect des producteurs et cinéastes qui le pratiquent sont encore loin d'être acquis. La sécurité du documentaire et celle de ses artisans sont encore bien précaires.

Pourtant le documentaire nous définit inlassablement, autant comme individu que comme peuple. Le documentaire élargit nos vies : il nous donne accès à des êtres que nous n'aurions jamais rencontrés. À des univers que nous n'aurions jamais explorés. Il témoigne du contexte dans lequel nous vivons et contribue à construire celui dans lequel nous voulons vivre.

Le documentaire est un espace privilégié de liberté et de réflexion, de poésie et de subversion. Grâce à lui, nous sommes moins seuls et moins impuissants. Le documentaire prend souvent parole et action pour nous, pour ce à quoi nous croyons, pour ce que nous ressentons. Il nous rassemble et nous incite au dialogue pour tenter de trouver les solutions aux situations inacceptables.

Il reste que nous sommes d'abord dans une société qui privilégie le divertissement et la rentabilité. Nous n'avons donc pas fini de nous battre pour la survie du documentaire.

Il n'est pas normal qu'avec un genre qui nous a fait connaître et rayonner à l'étranger depuis le cinéma direct, avec les Perrault, Gosselin, Brault, Labrecque, Groulx, Giguère, Arcand, Lamothe, Poirier, Obomsawin et autres, il n'est pas normal que 40 ans et des poussières plus tard, on en soit encore à s'inquiéter pour notre avenir, pas normal que les producteurs s'interrogent sur la façon dont ils vont passer l'année, que les cinéastes ne soient pas certains de pouvoir payer leur loyer. Il n'est pas normal que des documentaristes se demandent encore s'ils ne vont pas devoir changer de métier.

Avec le développement des nouvelles technologies et des nouvelles plateformes, le documentaire est encore fragilisé. Il faut qu'il évolue, qu'il s'adapte à la vitesse de la lumière, lui qui a besoin de lenteur et de profondeur, il faut qu'il profite malgré tout du mouvement pour gagner du terrain.

Mais dans l'immédiat, pour que le documentaire puisse vivre, il lui faut d'abord de l'argent et les moyens de trouver cet argent.

Que les producteurs cessent de vivre en état de précarité, que les cinéastes aient un minimum de tranquillité d'esprit pour créer et que le documentaire continue de jouer son rôle de porte-voix social afin d'interpeller nos consciences et de faire progresser la société.

Et que des films comme Le Peuple Invisible, Americano, un Coin du ciel, Québec lieu de passage, Parole et Liberté, Homo Toxicus, Le déshonneur des Casques bleus, Déroute et Parcours, Bombes à retardement, Au Pays des Colons qui sont au programme des Rencontres du Documentaire, continuent de voir le jour.

L'observatoire du documentaire remercie chaleureusement Anita Reher, directrice des relations internationales de l'European Documentary Network EDN du Danemark et Diane-Estelle Vicari, directrice de l'International Documentary Association IDA des Etats-Unis qui se sont déplacées pour être parmi nous aujourd'hui. Merci !

Longue vie au documentaire et bon Forum! Puisse-t-il encore faire avancer notre réflexion et progresser notre action!

Manon Barbeau
Présidente
Observatoire du documentaire

1. CHIFFRES ET DONNÉES — PREMIER VOLET: SODEC

Philippe Baylaucq

Nous voici dans un période un peu curieuse pour le documentaire. Beaucoup de choses vont bien et on constate pourtant qu'il est fragile.

Aujourd'hui, il s'agit presque d'états généraux, puisque beaucoup de sujets seront couverts. On aimerait, avec Jean-Pierre Gariépy, Directeur de l'Observatoire du documentaire, ressortir d'ici avec des solutions. Il y a des gens venus du Canada et de l'étranger pour partager leurs nombreuses perspectives.

Nous allons commencer avec un tour d'horizon de ce qui se passe au Québec en documentaire, avec Marie Brazeau et Alain Rondeau de la Sodec.

Marie-Brazeau, déléguées aux relations d'affaire à la SODEC :

Je vais vous présenter un portrait d'ensemble du documentaire au Québec. Ces chiffres proviennent de l'aide fiscale et donnent un portrait de l'ensemble de la production au Québec.

On voit que le volume total est en croissance, et a quintuplé depuis 10 ans. Les budgets moyens ont aussi doublé. En 1996, le volume total de production représentait 26 millions de dollars, alors qu'en 2006, c'était 128 millions de dollars, le volume a donc quintuplé, ou presque. On a aussi les données du crédit d'impôt, qui sont passées de 4,4 millions en 1996 à 19 millions en 2006, ce qui est aussi une croissance importante. Les budgets moyens ont pratiquement doublés, passant de 400 à 700 000\$. Le deuxième tableau, c'est la répartition du volume d'affaire par formats, donc émissions uniques ou moyen-métrages, longs métrages, mini-séries et séries, sur une période de trois ans. Le volume global sur trois ans est de 123 million de dollars, et c'est réparti comme suit, 42% pour les séries, 23 % pour les mini-séries, 2% les longs-métrages et 23% ce qu'on appelle les émissions uniques, moi je dirais les moyens-métrages. Si on regarde de plus près, par formats de production, sur les trois dernières années par rapport au nombres pour les émissions uniques, on est passé de 94 productions en 2004 à 104 productions en 2006, pour une progression de 10%. Pour le volume de production, toujours des émissions uniques, ça a progressé davantage, on est passé d'un volume de 37,2 millions à 49,3 millions, progression d'à peu près 32%. Le coût moyen de production est passé de 395 000\$ à 474 000\$, donc, 20%. Les longs métrages, c'est le contraire qui s'est passé, en 2004 on a produit 6 longs métrages alors qu'en 2006 il ne s'en est produit que trois. Diminution de 50%.

Le volume de production a aussi diminué, passant de 2,1 million à 1,4 millions. Le budget moyen lui, a augmenté, est passé de 362 000 à 481 000\$. On voit ici que le budget moyen est particulièrement élevé en 2005 par rapport aux deux autres années, c'est probablement parce qu'un documentaire en imax a été produit cette année-là. Les mini-séries et les séries ont été mises ensemble. Globalement, le nombre de productions a diminué, mais le volume de production a augmenté pour les mini-séries de 25%, même si le nombre a diminué, et les séries, le volume a diminué un petit peu, de 2%. 2005 est une années

significative pour les séries, avec un volume de production de 59 millions. Les budgets moyens ont beaucoup augmenté pour les mini-séries, de 92%, et pour les séries d'a peu près 10%.

Passons aux chiffres de l'aide sélective, programme géré par la direction du cinéma de la SODEC.

C'est un portrait du nombre de projets déposés, versus le nombre de projets acceptés, pour les trois dernières années, par programmes. Donc globalement le nombre de dépôts est assez stable. Au programme Jeunes Créateurs, les dépôts en production ont baissé, passant de 60 en 2004 à 43 en 2006.

Alain Rondeau

Je suis à l'admission des projets, et aux Jeunes créateurs on a remarqué une baisse des dépôt effectivement, qui peut peut-être s'expliquer par les frais de gestion imposés depuis peu au dépôt des projets. Je sais pas si c'est vraiment ce qui explique ce phénomène, aux Jeunes créateurs c'est 50\$ par projet... J'ai du mal à croire que c'est ce qui empêche les gens de déposer des projets, mais on a remarqué une diminution du nombre de projets déposés. Cette année, au mois de septembre, on a eu l'un des plus petits dépôt en production, depuis trois ans. Par contre le volume de demande en scénarisation est toujours aussi élevé et augmente régulièrement avec les années et là, il n'y a pas de frais de dépôt. Alors je sais pas si il y a des gens qui basent leur carrière sur un frais de 50\$, mais...voilà.

Marie Brazeau

Par rapport au nombre de projets acceptés, c'est resté sensiblement la même chose, mais il y a encore une différence aux Jeunes créateurs, où le nombre de projets acceptés en production a diminué, passé de 12 à 7 projets.

Alain Rondeau

Cette diminution de projets acceptés est due au fait que les gens demandent maintenant toujours le maximum de l'aide possible, les devis ont augmenté de beaucoup, on peut donc aider moins de projets. Nos budgets à nous n'ont pas augmenté.

Marie Brazeau

En scénarisation, au programme régulier, le taux d'acceptation de projets est passé de 79% en 2004 à 53% en 2006. En production de 49 à 43%, donc légère diminution. Au programme des Jeunes créateurs, le taux d'acceptation est resté sensiblement le même en scénarisation et est passé de 20% à 16% en production.

Alain Rondeau

Si je peux me permettre une autre parenthèse, aux Jeunes créateurs le documentaire est la minorité des projets. Le 3/4 des projets qu'on reçoit, c'est de la fiction. Une anecdote : je n'ai aucune idée de ce que ça veut dire, mais il y a des années où les projets documentaires ont tous été déposés par des femmes, alors que les dépôts en fiction sont fait par des hommes.

Marie Brazeau

Par programme, pour la dernière année, je vais compléter par quelques chiffres. L'année dernière on a accepté 54 projets en scénarisation, avec une moyenne par projet de 10 800\$. En production, il y a eu 43 projets, pour une moyenne de 51 800\$. Au Jeunes créateurs, en scénarisation, 19 projets, moyennes de 6 200\$ par projet et en production, 7 projets, pour une moyenne d'investissement de 44 200\$.

L'évolution des structures financières pour le trois dernières années se présente ainsi : La Sodec a un apport constant, entre 2,6% et 2,9%, le Fonds canadien et Téléfilm, incluant le programme pilote pour les long métrage et le mini-traité, ont augmenté leur apport de 30%. L'ONF a augmenté ses apports du simple au double, le crédit d'impôt fédéral a augmenté de 22% et le crédit d'impôt provincial de près de 29%. Les autres apports combinés, alors là j'ai compilé les apports publics et privés, CALQ, CAC, Rogers, le FCFVI, c'est une augmentation assez importante du simple au triple. Les investissements des producteurs

ont diminué, eux, de 30%, les apports des diffuseurs ont augmenté de 7%, les apports des distributeurs ont diminué de 31% et les apports en co-production ont diminué aussi, de façon significative, autour de 42%.

Pour la première fois, nous sommes en mesure de vous présenter un portrait des documentaires par formats, sur trois ans, donc les émissions uniques, les séries, les mini-séries et les longs métrages. L'apport global de la SODEC est de 4% pour les émissions uniques et de 4 % du volume de production. J'ai mis les autres par ordre décroissant, donc en premier viennent l'ensemble des crédits d'impôt, donc 23% du volume, les diffuseurs 17%, le Fonds canadien 16%, les autres apports publics et privés 14%, les apports qui viennent des co-producteurs en co-production 11%, les distributeurs 8%, les producteurs 4%, l'ONF 2%.

Pour les longs-métrages, la SODEC est à 7% du volume de production, et par ordre décroissant, les co-producteurs 28%, les autres apports 19%, les crédits d'impôt à 16%, l'investissement des producteurs à 10%, les distributeurs 9%, l'ONF est à 5%, les diffuseurs 4%, Téléfilm 1% et un apport de 0% du Fonds canadien.

Les mini-séries, la SODEC est à 1%, la co-production en premier lieu à 27%, les diffuseurs 23%, les crédits d'impôt 19%, le Fonds canadien 15%, distributeurs 8%, les autres apports 4%.

Finalement pour les séries les premiers investisseurs sont les diffuseurs à 34%, le crédit d'impôt 23%, le Fonds canadien 16%, co-producteurs 14%, distributeurs 7%, les autres apports 3%, producteurs 2%, l'ONF 0%.

J'aimerais terminer en parlant des co-production pour lesquels on a constaté une baisse importante en 2006-2007. En 2005 il y en avait 28 et en 2006 il y en avait 9. Diminution de 67% donc beaucoup. Sur l'ensemble des productions québécoises il y a 73% de production 100% québécoises et 27% de co-production.

Benjamin Hogues

Je représente informellement les bénéficiaires du programme Jeunes Créateurs de la Sodec. On constate un manque aberrant de financement. Un projet sur dix est accepté. Je fais circuler une lettre adressée à la ministre afin d'obtenir plus d'argent pour le programme. J'invite les gens à signer cette pétition.

Lucette Lupien

On a beaucoup de chiffres, c'est formidable. Dans l'ensemble est-ce qu'on peut conclure que la contribution de la Sodec augmente?

Marie Brazeau

Notre budget est resté sensiblement le même, mais le nombre de projets acceptés diminue un peu.

Alain Rondeau

Moi qui suis à l'admissibilité, la demande est relativement stable mais encore là, nous ne sommes pas les déclencheurs, ça prend un distributeur et les gens ont du mal à trouver un distributeur.

Micheline Pépin, directrice des programmes documentaire et gestion des fonds, (Télé-Québec)

On est un diffuseur, on déclenche, mais on n'a pas plus d'argent. Il y a une augmentation des devis dans les projets qu'on reçoit, mais nous, on n'a pas plus de budget.

Catherine Loumède

Les budgets des documentaires ont augmenté mais pas ceux de la Sodec.

Isabelle Sylvestre, documentariste, France

J'ai des projets de co-production, mais les liens et les ponts se font très difficilement. Pourquoi c'est si difficile de mettre sur pied des projets? Y a-t-il des aides aux réalisateurs? Y a-t-il une vraie volonté?

Marie Brazeau

La Sodec accompagne les producteurs intéressés. C'est difficile d'aller chercher les licences, il faut que ça rentre dans les créneaux des diffuseurs pour intéresser le public des deux côtés.

Tous les projets de co-production majoritaires, minoritaires ou autres, sont accueillis dans le même bassin, mais la SODEC réserve un montant pour la co-production, un montant moindre en complément de financement.

La SODEC exige aussi que 30% du financement étranger soit assuré, car elle ne veut pas être déclencheur.

2. RAYONNEMENT DU DOCUMENTAIRE

Anita Reher, Directrice des relations internationales, European Documentary Network EDN (Danemark) www.edn.dk/

European documentary Network (EDN) est une association sans but lucratif, basée au Danemark. Nous existons depuis onze ans et regroupons des membres de plus de 56 pays. Notre but est de stimuler le milieu du documentaire européen. Nous sommes toujours à la recherche de partenaires à l'étranger. Notre site recense plusieurs événements se déroulant partout dans le monde. Des institutions débattent en ligne avec des producteurs et des distributeurs. Nous avons une base de données de festivals et de distributeurs documentaires. Nous offrons des consultations individuelles pour nos membres par courriel ou téléphone, ou en les rencontrant dans des festivals. Nous offrons du support pour la production dans différents pays, aidons à trouver distributeurs et télédiffuseurs.

Nous éditons deux publications incluant DOC, dont vous avez reçu un exemplaire ce matin. Les articles débattent de différents sujets touchant le cinéma documentaire, il y a un guide pour les producteurs, pour savoir comment et à qui vendre un film aux télédiffuseurs et les distributeurs. Tout ça est aussi disponible sur le site web.

Nous essayons de stimuler et aider les documentaristes avec des conférences, des ateliers de pitch, des ateliers individuels pour jeunes producteurs. Nous offrons des séminaires sur la distribution, faisons du lobbying pour les producteurs européens. Nous décernons deux prix pour les personnalités qui ont apporté une aide significative à la cause documentaire. C'est important d'avoir des alliances partout dans le monde, de se rencontrer et de partager.

Le réseau a été créé par des cinéastes pour supporter le documentaire à travers l'Europe Unie. L'association a été basée à Copenhague parce que nous recevons du financement du gouvernement du Danemark. Le membership est de 150\$.

Diane-Estelle Vicari, Directrice, International Documentary Association IDA (USA)

www.documentary.org/

Je suis québécoise, installée en Californie. Je vais vous parler moitié anglais et moitié français, car j'ai appris le vocabulaire du documentaire en anglais. Fondé il y a 25 ans, par une femme québécoise à Los Angeles qui travaillait pour le commandant Jacques Yves Cousteau, International Documentary Association (IDA) a été créé sans subvention du gouvernement et n'en a toujours aucune à ce jour. C'est une association complètement supportée par ses membres. Suite à des demandes, nous avons mis sur pied un programme pour aider à la diffusion des films dans les cinémas. On aide des films de partout dans le monde à se qualifier dans les salles. Jusqu'à maintenant on a reçu plus de 600 films. Nous décernons aussi le prix IDA, très apprécié, car il constitue une reconnaissance par les pairs. Des films de CBC et de l'ONF l'ont reçu. Nous n'avons aucune entente de production entre les USA et le Canada. Il faut créer des ponts.

Lucette Lupien

À titre de comparaison, quel est votre membership et en nombre, qui sont-ils ? Et combien d'employés avez-vous ?

Anita Reher

Nos membres sont issus du documentaire, que ce soit distributeurs, producteurs, réalisateurs, festivals. La cotisation est de 150\$. Les télédiffuseurs et distributeurs paient davantage, et ils n'ont pas le droit de vote. Nous recevons 20% de subvention et avons à trouver le reste en faisant des activités. Nous avons six employés.

Diane Estelle Vicari

IDA a 3000 membres dans 52 pays. La cotisation est de 85\$ US et nous avons cinq employés permanents. Les revenus viennent des membres. Nous avons constitué une fiducie de membres de l'industrie qui sont intéressés au documentaire, ce qui nous procure 20% du financement. Nous organisons aussi des événements, qui bien souvent ne sont pas rentables. La publication du magazine est supportée par 1/10^e du budget. Elle est déficitaire et donc sera diminuée à un tirage bimensuel dès l'an prochain.

Magnus Isaacson

Les organisations que vous représentez proviennent d'endroit du monde très défavorisés, faites-vous quelque chose pour les aider et êtes-vous au courant si des associations existent dans ces autres régions du monde ?

Anita Reher

L'Europe est toujours combat toujours pour la liberté d'expression et nous faisons aussi des choses avec la Chine. Ils nous contactent. Les cinéastes indépendants ont du mal à financer leurs films. Il y a des associations en Amérique Latine et nous essayons de garder contact avec elles.

Diane Estelle Vicari

Même chose pour nous, nous essayons d'encourager les alliances. Ça dépend de l'ouverture des gens, beaucoup de problèmes viennent de là. Il faut partager nos connaissances. Beaucoup de cinéastes émergents viennent nous voir, nous demandent notre aide un an ou deux et ensuite, ils disparaissent.

Je vous invite à aller voir dans notre magazine l'article sur la philanthropie. Il faut faire vos films, même sans financement. Les documentaristes deviennent la source d'information.

Anita Reher

Oui, je vous encourage à continuer à voyager et rencontrer d'autres collègues à travers le monde dans d'autres pays. Je crois en la rencontre, le face à face.

APRÈS-MIDI : FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE
--

3. CHIFFRES ET DONNÉES – DEUXIÈME VOLET

Philippe Baylaucq

Avant de vous présenter Samantha Hodder, directrice générale de l'association Documentaristes du Canada, j'aimerais mentionner que nous avons avec nous Nathalie Clermont, Directrice de la gestion des programmes, et Stéphane Cardin, vice-président politique stratégique et relations avec l'industrie du Fond canadien de télévision. Bienvenue. Évidemment on va parler quand même pas mal du Fond canadien de télévision. On sait tous à quel point c'est une des clés de notre industrie.

Samantha Hodder fait la présentation d'une étude sur la situation canadienne du documentaire. Cette étude porte le nom de **GETTING REAL/TOUTE LA VÉRITÉ, VOLUME 3, 2007**. Ce rapport a été publié par Documentaristes du Canada, et est financé par l'ONF, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, Téléfilm Canada, BC Films, le fonds Rogers, le Fonds Canadien du Film et de la Vidéo Indépendants. (FCFVI)

Voici deux adresses pour accéder à l'étude sur la situation canadienne du documentaire Getting real/Toute la vérité:

www.docorg.ca

<http://www.gettingreal.ca>

4. LE FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION

Bref historique sur le Fonds Canadien de Télévision présenté par Monique Simard, Directrice générale et productrice aux Productions Virage (APFTQ)

Ce que je vais vous présenter se confirme par les chiffres que Samantha Hodder, Documentaristes du Canada, vient de nous présenter. On a vu que depuis 1999, il y a une croissance phénoménale du documentaire. Le FCT a été créé en 1996 et on constate que son effet se fait sentir dans le nombre de productions, deux ou trois années plus tard: à partir de 1999, la production augmente.

Objectivement, ce n'est pas qu'ici. Partout, il y a une augmentation de la production. L'explosion des chaînes spécialisées est apparue partout et il faut nourrir la bête : une des façons est par le documentaire.

Je ne vais pas faire de comparaison au niveau du financement avec les Etats-Unis car il n'y a pas de comparable, mais bien avec l'Europe, où il y a aussi du soutien public. Vous avez vu une statistique très éloquente, celle de l'apport significatif, majeur, du Fonds Canadien de Télévision dans le documentaire. Ce fond, toujours en mutation, est régulièrement remis en question, et aujourd'hui, de s'en inquiéter n'est pas exagéré. D'ailleurs la révision a été annoncée pour la semaine du 4 février prochain.

Tout ça fait suite à un coup d'éclat de la part de deux contributeurs majeurs au fond, le fond Shaw et le fond Québécois, qui ont décidé de couper leur contribution. Finalement, ils se sont rangés et ont repris leur contribution, mais la guerre est déclarée. Alors qu'est-ce que le FCT? Il a été créé il y a 12 ans, au moment où on créait de multiples chaînes de télé spécialisées, ce qui a profondément changé l'offre au public canadien. Le CRTC a décidé d'exiger que le contenu de cette offre soit basé sur certains principes : un de ces principes était d'offrir de la production canadienne de qualité dans des genres sous-représentés par rapport à l'offre déjà sur le marché. Ces genres sous représentés étaient: - les émissions jeunesse, - les dramatiques, - les variétés (arts de la scène), - le documentaire. Dès le départ, 20% devait être dédié au documentaire et devait être donné à des producteurs indépendants, cela visait donc à stimuler la naissance et la croissance d'une industrie audio-visuelle au Canada. Cette politique gouvernementale avait donc deux politiques très précises : et c'est ce qui fait le principe de base du FCT. Chaque chaîne devait remettre une part de leur profit dans le pot et le Ministère du patrimoine allait investir aussi. Tout ça a démarré, cahin-caha et puis les règles ont changé, au fil du temps...

Le FCT est administré par un conseil d'administration indépendant, autonome, où il y a des représentants du milieu, même s'il s'agit d'une initiative publique. Tous les intérêts du milieu sont donc présents et tentent de se représenter. Tout le monde essaie toujours de tirer la couverture de son côté. On devrait faire ci, on devrait faire ça, introduire des règles de distribution qui favoriseraient tel ou tel. Avant le producteur avait sa licence de la télévision, déposait au FCT et recevait, selon un calcul. Les calculs étaient très compliqués et il était très difficile de prévoir si on l'aurait. Le plus gros changement a été la séparation du pot en parties pour chaque chaîne, pour empêcher le caractère totalement imprévisible de l'allocation des fonds et aider les télédiffuseurs à planifier leur production. Les enveloppes sont distribuées en fonction des licences de chacun, licences généralistes ou spécialisées, documentaires, jeunesse, dramatiques, ou variétés. Bref les enveloppes sont ainsi ventilées selon les quatre genres à soutenir. À savoir si cela est mieux qu'avant, les avis sont partagés. Comment les enveloppes allaient être allouées? Selon un calcul basé sur certains nombres de critères : la façon dont le fond est utilisé par le télédiffuseur, les cotes

d'écoute, donc le succès, qui joue en une certaine proportion, le montant des licences, l'accès historique, soit comment les fonds ont été utilisés par le passé, les droits de diffusion payés supérieurs à la moyenne, les droits de diffusion versés à des productions régionales. Une bureaucratie et une administration complexe, mais des règles qui ont le mérite d'être transparentes.

Malgré le fait que beaucoup de télédiffuseurs soient d'ardents défenseurs du FCT, ça ne fait pourtant pas l'affaire de tout le monde. On a commandé le rapport Arpin, suite à la crise de Shaw-Québec, divulgué le 28 juin dernier, qui a eu le mérite de faire l'unanimité contre lui. Celui-ci défendait complètement les principes de base et voulait réformer dès la fin novembre le système en totalité. Il y a eu beaucoup de protestations, à un point tel que l'on n'entendra plus parler de ce rapport là. Il va donc y avoir des audiences publiques. Qu'arrivera-t-il à l'issue de ces audiences publiques? Les pourfendeurs du FCT sont principalement les grands télédiffuseurs privés généralistes, qui sont aussi souvent liés avec des cablodistributeurs... TVA, c'est aussi Québecor et Vidéotron. Les grands contributeurs, les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), disent qu'ils ne veulent plus contribuer de cette façon là, dans un fonds public. Ils sont prêts à contribuer encore mais en remettant cet argent-là dans un autre fonds, privé, en garantissant qu'ils feront des productions avec... Vous voyez un petit peu là où le bât blesse. C'est que si ça ne va que chez eux, il y a un problème, parce que c'est pas tout le monde qui est aussi cablodistributeur, et si on ne laisse aller que les lois du marché, nos genres sous représentés qui ont plus de difficultés à fonctionner, selon ces mêmes lois du marché, ne seront plus protégés. Derrière la création du FCT, il y avait une politique culturelle. C'est ça qu'il faut comprendre. Il faut soutenir la création dramatique au Canada, avoir des scénaristes, des réalisateurs, des acteurs. Il faut qu'il y ait des documentaristes qui travaillent, de la créativité, des productions jeunesse, des musiciens, des arts de la scène, et il faut les soutenir, et dans un contexte économique, démographique, tel que le Canada, il faut absolument avoir des programmes proactifs.

5. TÉLÉVISIONS

Présentation de Micheline Pépin, Directrice des programmes documentaires et gestion des fonds, (Télé-Québec)

Télé-Québec est là depuis 40 ans. La programmation se compose d'émissions familles, de documentaires et de variétés. Nous avons subi des coupures de 5 millions et il y a même eu des rumeurs de fermeture.

Télé-Québec n'est pas généraliste car ne fait pas d'information. La chaîne a eu dernièrement l'autorisation de passer de 8 à 12 minutes de publicité à l'heure, ce qui est une bonne nouvelle.

On se demandait combien nous aurions d'argent pour faire des documentaires cette année. Comment allions-nous faire ? Télé-Québec perd 1 million dans son enveloppe à chaque année. Pour trouver des solutions, il faut être créatif et l'union fait la force. Comment être créatif dans une structure de financement ? On a échangé avec TVA l'argent de l'enveloppe dramatique contre celle du documentaire. Télé-Québec ne pouvait pas faire de dramatiques car n'avait pas reçu assez d'argent d'ailleurs. C'est cet échange qui a permis à Télé-Québec de faire plus de documentaires. Au niveau des partenariats, on fait des productions avec TFO, Art TV, TV5 Monde, CBC et l'ONF.

On prépare en ce moment une série sur le cinéma québécois, dont la Régie du cinéma est partenaire. Le documentaire n'est pas et ne sera jamais ce qui fait gonfler les cotes d'écoute.

**Michel Scheffer, Premier chef, Direction des opérations, financement et relations d'affaires,
(Radio-Canada Télévision)**

Ma présentation va se concentrer sur les paramètres d'affaires à Radio-Canada. Tout d'abord je vais vous rappeler l'engagement de Radio-Canada envers le CRTC de diffuser 18 heures de documentaires par année en primeur, l'une de nos conditions de licence. On en diffuse beaucoup plus que ça.

On finance nos projets à l'étape du développement et de la production, environ 20 projets par années en développement, surtout des oeuvres uniques. Cette année on a commencé à développer des projets de longs-métrages destinés aux salles. La contribution moyenne de Radio-Canada est entre 5 000 \$ et 15 000 \$ par projet. On inclut là tous les projets, qu'ils soient déclanchés par la direction de l'information, RDI, les stations régionales ou la télévision en générale. Outre cette contribution en argent, on a aussi le bénéfice du Fond Canadien de Télévision, qui nous donne une enveloppe réservée pour les projets documentaires. On consacre une somme de 300 000 \$ par année sur une somme de 1 100 000 \$, ce qui équivaut à 27% de cette enveloppe, soit la deuxième dépense en importance après le genre dramatique.

Pour la production, on a eu la chance d'avoir la plus grande enveloppe du 4 500 000 \$ du FCT en 2007-2008. On a pu programmer environ 75 heures de documentaires les deux dernières années, mais cette année on va réussir à en faire 101 heures. Outre l'enveloppe régulière qui nous permet d'accéder aux projets des producteurs du Québec, on a aussi une enveloppe qu'on appelle l'enveloppe des producteurs francophones hors-Québec, producteurs dont le siège social est situé au Canada, mais hors du Québec. Cette année, nous avons réussi à faire 45 projets, contre 38 l'an passé. Ces projets sont surtout des oeuvres uniques, 28 cette année; 11 séries; 3 longs métrages destinés aux salles. On a dépensé une somme d'argent de licence de 2 750 000 \$ cette année.

On fait affaires avec une cinquantaine de maisons de production, qui sont très variées en terme de grosseur. Nos partenaires financiers habituels sont de deux ordres, institutionnels et certains télédiffuseurs. On a mentionné le plus important, c'est le Fond Canadien de télévision, mais on a aussi la Sodec et l'ONF avec qui on fait beaucoup affaire et dans une moindre mesure avec Téléfilm Canada. Ceux-ci ont un nouveau programme pour le long métrage destiné aux salles, et une aide qu'on appelle le mini traité pour les coproductions internationales officielles.

Comme télédiffuseur nous avons, bien sûr, notre chaîne spécialisée, RDI, et la télévision anglophone, CBC et Newsworld. Dans une moindre mesure, on fait affaire, avec ARTV et TFO, et un peu avec Télé-Québec et TV5.

Les budgets de production sont très variables. Ce n'est pas la base de sélection des projets. Cette année on a fait des très petits devis, qui se situent entre 250 000\$ et 4000 000\$ et des plus coûteux, entre 400 et 1 million de dollars. On avait une dizaine de projets dans chaque catégorie.

Plus ils sont élevés, plus les devis nécessitent, outre la contribution de Radio-Canada, des préventes internationales et/ou des diffuseurs anglophones qui doivent faire partie du financement. L'argent de l'enveloppe que l'on met dans chaque projet varie entre 50 000 et 200 000\$. Les droits négociés, en général, sont une licence exclusive en primeur pour le Canada français avec 3 diffusions sur 5 ans. Il y a

deux conditions additionnelles pour les projets de longs métrages en salle pour lesquels on exige une sortie en salles obligatoire pendant au moins deux semaines, et une contribution financière minimum du distributeur, par le biais du minimum garanti.

Pour les projets dont les budgets sont plus importants, le potentiel d'exploitation plus grand, et dont la contribution demandée à Radio-Canada est plus élevée que la moyenne, un investissement ou des droits additionnels sont possibles, mais cela arrive rarement.

Cela m'amène à vous parler des nouvelles plateformes. Depuis des mois à Radio-Canada, on réfléchit à un modèle d'affaire. Il y en a un qui est en train de s'élaborer, qui va être présenté à la haute direction d'ici quelques semaines. Ce qui est le plus sérieusement envisagé est un modèle de partage de revenus entre le producteur et le télédiffuseur. Pour certains projets qui ont vraiment peu de potentiel de revenu, il va falloir penser à d'autres solutions. On y réfléchit, mais à ce moment-ci c'est peut-être un peu trop prématuré pour vous en parler.

Jean-Pierre Laurendeau, Vice-président programmation, Canal D.

Jean-Pierre Gariépy m'a demandé de vous faire une présentation sur le financement du documentaire. Voilà un sujet qui m'ennuie profondément. Il y a de nombreuses années, j'ai renoncé à devenir un cinéaste car j'avais alors compris que pour ce faire, il faudrait que je passe une partie de ma vie professionnelle à remplir des demandes de subvention, des paperasseries destinées à satisfaire des critères de sociétés d'état. Je n'avais ni le tempérament, ni la patience.

C'est en fait pourquoi je suis allé travailler à la télévision. Durant plus de 15 ans à TVA, à Radio-Canada, à MusiMax, j'ai pu m'amuser à faire de la télévision sans jamais avoir à me soucier de finances autrement qu'en respectant le cadre budgétaire fixé par la direction.

Pour nous à Canal D faire des vues, c'est une question d'aventure créatrice, de développement du talent, de plaisir à créer, d'ouvrir de nouvelles portes, de changer le monde et de tout faire cela en rejoignant l'élément le plus important de toute l'équation : le public.

Quand Guillaume Sylvestre est venu nous voir pour nous proposer Sur la ligne – éloge de la folie des chefs (qui allait devenir Durs à cuire), nous avons d'abord fait la réponse standard : la cuisine ce n'est pas pour Canal D. Puis avant de lui faire la réponse définitive, j'ai visionné la cassette démo qu'il m'avait déposée. Étonnante maquette qui est très proche du produit final. J'ai vu là le talent, j'ai vu là la marque d'un créateur et j'ai rappelé Sylvie Krasker, la productrice du film : rencontre avec Guillaume, et Sylvie Krasker pour parler des finances, mais surtout le « thrill » pour Sylvie de Bellefeuille et moi-même de voir un film prendre corps, de voir un talent se développer.

Je le sentais à l'instinct que Guillaume allait livrer la marchandise. Puis le bout plate : de dépôts en refus nous avons été obligés de revoir le budget jusqu'au point où il suffisait tout juste. Mais Guillaume et Sylvie avaient le feu sacré et croyaient qu'il serait possible de passer à travers et surtout de le sortir en salle... Ce dont je doutais, mais que je souhaitais tout autant qu'eux. Nous leur avons cependant fait une promesse : si vous réussissez votre coup et que vous trouvez un distributeur, nous allons nous « tasser » pour permettre la distribution en salle.

Puis la longue parenthèse du tournage et du montage. Blackout total pour le diffuseur. Enfin nous visionnons le premier montage. Bang! Nous avons un film, et un pas pire! La suite fait partie du

folklore : TVA film visionne et se convainc qu'une distribution est possible; le Festival du Nouveau Cinéma le choisit comme film d'ouverture et le film jouit d'une visibilité que peu de documentaires ont eu dans les cinq dernières années. Un succès.

Guillaume a pris des risques, Sylvie Krasker a pris des risques, Canal D a pris des risques et nous avons gagné. Le problème est que les institutions publiques qui gèrent les fonds destinés à la production sont des constructions théoriques destinées à satisfaire des lobbys de créateurs et que la dernière chose que souhaite une institution c'est prendre un risque.

Et des risques, on en a pris avec Yves Langlois pour *Le dernier envol*, avec Loïc Guyot pour *l'Odyssée de l'Amundsen et Arctique, enjeu stratégique*, avec *Bombes à retardement* de Guylaine Maroist et Éric Ruel, avec *50 Tonnes d'épinettes* de Bruno Bouliane, avec *Ni sauvage ni barbare* de Roger Cantin, *Sale juif comme moi* de Jamie Kastner, *Posthumous Pickle Party* de Ezra Soiferman, *Punk le vote*, de Éric Roach Denis, *Esclave Sexuelle* de Rick Esther Bienstock, *Enfants de la loi 101* de Anita Aloiso, *On a tué l'enfant-Jésus* de Renée Blanchard, etc.

Le financement au Fonds Canadien de télévision selon le système des enveloppes, bien qu'il soit imparfait, a au moins permis aux diffuseurs de prendre des risques calculés sur des films comme *Durs à cuir*, mais également dans des genres qui au plan du sélectif auraient eu moins de chance : je pense ici aux séries documentaires qui connaissent à Canal D un succès important : *Dossier Justice*, *Toxique*, *La Vie après la mort*, *Mon Œil*, *Un tueur si proche*, *Victimes*, *Enquête*, *Humour PQ*, *Légendes urbaines*, toutes des séries qui mettent le documentaire à l'antenne comme jamais il ne l'a été et qui en plus livrent les résultats d'écoute.

Avec la série *Manifeste en série* de Hugo Latulippe, produite par Josée Turcot de Espéramos, nous sommes en train de faire la démonstration que la série d'auteur est possible dans une chaîne privée spécialisée. Hugo s'étonne sans cesse que cette grosse compagnie (Astral) lui permette autant de liberté... Quand Hugo est venu nous voir c'était pour nous vendre un projet que nous avons trouvé ordinaire. Il a appliqué avec quelque chose qui brassait la cage et une fois encore c'est le créateur qui s'est affirmé, celui qui voulait changer le monde.

La série offre des économies d'échelles qui permettent de donner des moyens aux équipes tout en permettant de maintenir les coûts à l'intérieur d'un ordre de grandeur qui les rend finançables. On entend souvent que les moyens financiers manquent, mais la hauteur des budgets est aussi un problème. Quand on me propose un film à 750 000\$ pour une heure, on est mieux d'être en co-production ou d'avoir une source de financement hors industrie, car une telle hauteur de budget est une montagne à escalader en termes de financement.

Le financement est aussi une question de contrôle des coûts. Il est beaucoup plus difficile de financer 750 000 que 250 ou 160 000\$. Les producteurs qui travaillent dans des cadres financiers de cet ordre de grandeur ont beaucoup plus de facilité à faire financer leur film. Il faut dire que la hauteur du budget n'est pas proportionnelle à la valeur du film.

Mais qu'advient-il du grand documentaire qui prend trois ans à produire? Et bien il deviendra de plus en plus un luxe que seuls quelques auteurs chanceux pourront se payer après une aventure de financement international de plus en plus laborieuse.

Le cinéma documentaire est à la croisée des chemins. Il faut que ceux qui veulent le voir prospérer fasse le même chemin que le film de fiction a fait au Québec dans les années 90. Pourquoi et comment le cinéma de fiction a-t-il trouvé un public dans les années 90 avec des films populaires comme *les Boys*, *Séraphin*, *Aurore*, *Le Survenant*, *l'Horloge biologique*, *CRAZY*, *Bon cop bad cop*? Quand on remonte¹⁶

aux années 70 le film québécois avait mauvaise réputation. Il ne rejoignait pas son public. Les équipes de cinéma gagnaient leur vie à faire du film américain et le cumul des journées de tournage du film québécois était plutôt bas. Dans les années 80 les réalisateurs de cinéma se sont tournés vers la télévision avec des séries lourdes comme *Lance et compte*, *Les filles de Caleb*, *Blanche*, etc. Les réalisateurs et tout un milieu ont appris à rejoindre un public, à toucher des téléspectateurs et ils ont aimé cela. Ce know-how télévisuel s'est transféré vers le cinéma pour nous donner des films qui mobilisent le public.

Voilà le défi du film documentaire : se servir de la télévision pour apprendre à rejoindre un public, lui parler pour être compris et être apprécié par le téléspectateur. Il faut casser les dogmes formels qui remontent à la naissance de notre cinéma documentaire et qui enferment la création.

Il faut cesser d'opposer le travail pour « les festivals et la critiques » et le travail pour la télévision qui impose des impératifs de résultats d'écoute. Ce travail est amorcé à Canal D et nous entendons le poursuivre avec tous ceux qui ont quelque chose à dire et qui se donnent les moyens de parler au public d'ici.

6. FINANCEMENT DE LA DISTRIBUTION DOCUMENTAIRE MULTIPLATEFORME

**Présentation du projet viThèque, Faite par Bernard Claret,
Directeur général par intérim de Vidéographe.**

www.videographe.qc.ca/

Le projet viThèque, c'est la nouvelle plateforme de diffusion par Internet de Vidéographe, sur laquelle 500 titres de la collection seront numérisés dans un premier temps. Les œuvres seront accessibles soit en streaming (visionnement instantané), soit par téléchargement (chrono-dégradable ou non). Vidéographe a reçu une subvention de Patrimoine canadien de près de 500000\$ pour réaliser viThèque. Le projet est actuellement en cours de réalisation. Le lancement de viThèque est prévu au printemps 2008.

Vidéographe

Vidéographe est un centre d'artistes voué à la production, la création, la diffusion et la distribution d'œuvres en arts médiatiques. Vidéographe existe depuis 1971 et est le premier centre consacré entièrement à la vidéo à avoir été créé au Canada et en Amérique du Nord.

Vidéographe est divisé en 3 secteurs : la production, la distribution et la programmation. Le secteur qui concerne le projet viThèque est celui de la distribution.

Le secteur Distribution possède un catalogue riche de 1500 œuvres vidéographiques indépendantes, ouvert à plusieurs genres dont l'art vidéo, le documentaire, le court ou moyen métrage de fiction, l'animation et la vidéo danse. Il s'agit d'un catalogue particulier dont le moins qu'on puisse dire c'est qu'il n'est pas destiné à ce que l'on appelle communément le public de masse.

ViThèque

Pourquoi viThèque ?

ViThèque est né de plusieurs questionnements que nous avons eus sur l'état actuel de la distribution des œuvres indépendantes. Ces questionnements, les auteurs comme les distributeurs s'en accommodent, tant bien que mal, quotidiennement. Il s'agit des difficultés toujours plus grandes que nous rencontrons dans la circulation des œuvres et dans leur diffusion ; du contexte extrêmement fragmenté des marchés qu'ils soient commerciaux ou institutionnels ; de la place toujours plus étroite que ces marchés donnent aux œuvres dites indépendantes, et par conséquent de la difficulté que ces œuvres ont à rejoindre leur véritable public.

Toutes ces raisons nous ont poussés à nous tourner vers les technologies numériques et les nouvelles plateformes de distribution et, bien évidemment Internet. La directrice générale de l'époque et le coordonnateur de la distribution ont travaillé pendant deux ans, suivi des conférences, des colloques, des congrès, rencontré énormément de monde en lien avec Internet. Nous avons organisé, avec l'aide d'un consultant, des focus groupes et des consultations avec les membres de Vidéographe, les ayants droit, des professionnels, des représentants du milieu, avec le personnel de la distribution et les membres du CA. Nous avons aussi trouvé notre partenaire technologique : Tonality, une jeune société montréalaise, qui a créé un service de prêts en ligne de produits culturels indépendants numérisés, principalement musiques et livres, iThèque.net. Ce service est destiné aux bibliothèques et aux médiathèques, et le projet viThèque s'en est en partie inspiré.

Qu'est-ce que viThèque ?

viThèque est une plateforme de diffusion et de distribution sur Internet qui permettra :

- De visionner en streaming (visionnement instantané) ou par téléchargement chrono-dégradable ou non 500 titres de la collection de Vidéographe dans un premier temps,
- D'accéder à la documentation écrite complète sur l'ensemble des 1500 titres de la collection et sur l'ensemble des auteurs que nous représentons,
- D'avoir accès à d'importantes ressources didactiques, pour rejoindre en particulier un public jeune et un public étudiant,
- De visionner des programmations en ligne,
- De faire tout le travail de promotion, de marketing et de développement des marchés, et ce, sur l'ensemble des marchés commerciaux et institutionnels, comme pour l'ensemble des festivals et des événements de diffusion,
- De faire tout le travail d'administration et de gestion du secteur distribution (contrats, facturation, suivi des clientèles et des comptes, et surtout, la gestion des droits d'auteur)
- De créer un lieu d'interaction dynamique et d'échanges entre le public, les auteurs et Vidéographe.
- D'offrir davantage qu'un simple et banal catalogue en ligne.

viThèque sera disponible dans les deux langues officielles : français et anglais.

Les objectifs :

viThèque va permettre à Vidéographe de rejoindre 5 objectifs qui sont au centre de nos activités de distribution:

- 1) mettre en valeur un patrimoine vidéographique inestimable et essentiel à la compréhension de la vidéo québécoise et canadienne, en le rendant enfin disponible au grand public et, de fait, en lui donnant une seconde vie, un second souffle. Pour cela, nous collaborons avec 3 programmatrices qui vont avoir la responsabilité de sélectionner les 500 titres et de proposer aussi des programmations. Toutes les trois ont une grande connaissance de la collection de Vidéographe et nous les avons choisies aussi pour l'expertise qu'elles ont acquise, chacune dans leur domaine de prédilection, à savoir, l'art vidéo, le documentaire et la fiction. Elles ont en plus, la

responsabilité de répertorier les œuvres par thèmes et par mots clés afin d'en faciliter au maximum leur accessibilité.

- 2) accroître notre auditoire notamment le jeune public, celui des étudiants. À cet effet, nous nous sommes adjoint les services d'un responsable pédagogique. Ce responsable travaille en étroite collaboration avec des enseignants du secondaire, du Cégep et de l'université afin d'élaborer des contenus didactiques et des modules éducatifs sur la vidéo. Ces outils pédagogiques souligneront et éclaireront les spécificités de la collection de Vidéographe, son caractère patrimonial historique, culturel, artistique et social. Ces outils seront ensuite proposés aux écoles et un enseignant pourra par exemple, à l'aide d'un code d'accès sécurisé, demander à ses élèves de visionner un ou plusieurs titres, de consulter les ressources pédagogiques qu'il aura sélectionnées, de répondre à un questionnaire ou de faire, toujours en ligne, un exercice.
- 3) consolider et développer les principaux marchés que nous sollicitons, entre autres, les institutions scolaires, les musées, les galeries, les bibliothèques, les festivals, les marchés commerciaux que sont les télédiffuseurs, les salles et les différents réseaux de diffusion comme les câblodistributeurs et, pourquoi pas, les autres réseaux Internet. Nous voulons aussi rencontrer ce que l'on appelle des publics cibles ou des publics niches, celui des particuliers. Pour ce volet, nous travaillons avec deux consultantes extérieures :

- une spécialiste de l'Internet qui nous aide à établir le cahier des charges en fonction des objectifs définis,
- une experte en promotion et en marketing électronique avec qui nous élaborons tous les outils de mise en marché, de développement des marchés et de développement des publics,

D'autres intervenants extérieurs sont et seront sollicités ponctuellement pour répondre à des besoins précis, comme un consultant en ergonomie et scénario de validation, un consultant en référencement organique, un spécialiste en gestion des bulletins en fonction de la spécificité de notre catalogue.

À titre d'exemple, chaque nouvelle acquisition sera automatiquement numérisée pour que sa promotion, comme sa distribution se fasse directement à partir de viThèque. Lorsque nous voudrions soumettre un film à un programmeur de festival ou à un responsable d'acquisition d'un musée, nous lui enverrons un code d'accès sécurisé, qui lui permettra de visionner en streaming l'œuvre en question. Et une fois le circuit de distribution traditionnelle terminé, qui en règle générale varie entre 1 et 2 années, les nouvelles acquisitions pourront être accessibles sur viThèque, pour tous les publics, en streaming ou en téléchargement.

- 4) Faciliter le travail de gestion et d'administration du personnel de la distribution. La totalité de nos services administratifs et de nos services de gestion des œuvres et des droits sera intégrée à la plateforme. Toute la base de données de Vidéographe va être refaite en conséquence et le public aura accès, en plus des 500 premiers titres numérisés, à toute l'information sur l'ensemble des 1500 titres de la collection de Vidéographe. Une fois fonctionnelle, la plateforme viThèque va devenir pour la distribution un super outil qui servira à la fois à la promotion, au développement des marchés et à la gestion intégrale des œuvres et des auteurs. Par exemple, pour chaque nouvelle œuvre intégrée, un contrat standard sera automatiquement délivré au nom de l'ayant droit, qu'on pourra modifier selon les besoins. Dans cette perspective, nous travaillons avec un consultant en ressources humaines pour amener le personnel de la distribution à intégrer ce nouvel outil.

- 5) Enfin, viThèque permet à Vidéographe de concilier Internet avec l'idée même du droit d'auteur, point que l'organisme a toujours défendu comme un principe inaliénable. Vidéographe innove à ce propos, en reprenant, pour la vidéo, le système de prêt électronique par abonnement mis au point pour iThèque.net et destiné aux bibliothèques et aux médiathèques. Un pourcentage de ces abonnements sera reversé aux auteurs. Ce point est important car, à l'heure actuelle, pour chaque location ou emprunt de DVD dans une médiathèque, l'auteur ne perçoit strictement rien (c'est aussi le cas des vidéos clubs), alors que pour les livres, des droits sont automatiquement reversés aux auteurs. Ces droits viendront s'ajouter aux droits perçus pour chaque téléchargement, chaque visionnement en streaming, chaque abonnement forfaitaire ou non. Enfin, plus du tiers de la contribution de Patrimoine canadien sert aussi à payer les droits des 500 premiers titres numérisés pour leur consultation gratuite en streaming uniquement par l'ensemble de la population canadienne, condition que Patrimoine canadien exige pour les 5 premières années d'exploitation de la plateforme.

Pour terminer, on peut dire finalement que viThèque va permettre à Vidéographe Distribution de remplir son mandat qui est de favoriser le rayonnement des œuvres vidéographiques et la reconnaissance des auteurs en arts médiatiques indépendants. Elle va aussi contribuer à faire entrer de plain pied l'organisme dans la distribution moderne en lui ouvrant la voie des technologies numériques et électroniques.

Surtout, (et c'est un point fondamental) nous avons voulu démythifier la vision que nous avons d'Internet en nous appropriant sa technologie, en faisant en sorte qu'elle devienne un outil au service de nos besoins et de nos nécessités. Se l'approprier, ça veut dire garder le contrôle sur la technologie, comme sur le contenu et les œuvres que nous distribuons. Mais aussi garder le contrôle sur les droits et ce, d'autant plus que ce médium abolit toute frontière.

S'approprier Internet, c'est établir nous-mêmes les règles et les conditions que nous estimons favorables à notre développement. En s'assurant que le travail que nous entreprenons avec viThèque corresponde à la fois aux œuvres et auteurs que nous représentons, et aux publics que nous voulons rejoindre. L'équipe de Vidéographe, ses membres comme ses ayants droit, pensent que le futur de la distribution indépendante existe bel et bien. C'est à nous de le créer et viThèque, nous en sommes convaincus, y participe.

7. CONFÉRENCE DE JEAN LANOIX

Jean Lanoix, auteur du livre *Internet 2025*, présente une conférence intitulée:

La meilleure façon de prédire le futur, c'est de le créer: comment relancer l'industrie du documentaire au cours des 10 prochaines années.

Jean Lanoix n'est pas seulement un spécialiste de l'Internet et de la communication interactive. Il a commencé sa carrière en relations publiques, puis il a développé des campagnes de publicité et de marketing pour des entreprises comme Coca-Cola, Métro-Richelieu et Air Canada. Il a également été producteur d'émissions de télévision pour les réseaux TQS et Radio-Canada, dont la série SOS TÉLÉ, récipiendaire du prix de la meilleure émission d'information et d'affaires publiques, au festival CanPro de 1989.

Depuis 1993, il a participé au développement de stratégies interactives pour plus d'une centaine d'organisations d'envergure comme Chrysler, Maytag, Radio-Canada, Télé-Québec, La Maritime, la₂₀

Police de Toronto, le Groupe Transcontinental et différents ministères des gouvernements du Québec et du Canada.

Avant de prendre une année sabbatique pour écrire son livre, Jean Lanoix était directeur, stratégies interactives, du centre mondial de compétence en commerce électronique du Groupe Conseil DMR-Fujitsu, centre desservant les 65 bureaux de l'organisation à travers le monde.

Jean Lanoix est un conférencier recherché pour ses présentations dynamiques touchant l'Internet d'aujourd'hui et de demain. Le thème central de ses présentations est toujours « L'importance d'imaginer le futur », démontrant comment nous il est possible d'utiliser les forces du média Internet pour imaginer et construire un monde meilleur.

En 2002, Jean Lanoix a créé la société Net2 Evolution inc. dans le but de concevoir et développer des services Internet utiles à la société. L'auteur consacre présentement ses énergies au développement de trois projets décrits dans son livre INTERNET 2025. Ces projets touchent (a) l'avenir des services de la santé au Canada, (b) CINEMONDE.org une organisation qui vise à mettre fin au monopole d'Hollywood en permettant aux cinéphiles d'investir des sommes de 5\$ et plus dans des productions cinématographiques, et (c) Un centre mondial de formation en communication interactive dédié aux services publics en ligne.

La conférence de Jean Lanoix lors du FORUM 2007, d'une durée de quarante minutes n'est pas transcrite ici, mais plusieurs notes et liens sont disponibles à l'adresse suivante:

<http://www.jeanlanoix.com/presentations/2007-11-14/>

Le site de Jean Lanoix est le suivant:

www.jeanlanoix.com/