

Montréal, 16 mars 2011

Mémoire du Regroupement des producteurs multimédia (RPM)

Consultation sur la mise en œuvre de la Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités

Ouvrir les traités aux nouvelles formes de production audiovisuelle

Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM), qui représente plus de 100 entreprises de production multimédia au Québec, est heureux d'avoir l'occasion de participer à cette consultation sur la mise en œuvre de la Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités.

Nous voudrions particulièrement attirer l'attention de Patrimoine canadien sur deux dimensions spécifiques pour lesquelles nous croyons que des aménagements ou de nouvelles mesures pourraient être apportés.

1. L'accessibilité des productions audiovisuelles originales pour les nouvelles plateformes

Dans un univers médiatique, où de plus en plus de contenus audiovisuels sont produits exclusivement ou en primeur pour les nouvelles plateformes de diffusion, nous estimons tout à fait justifier d'étendre la portée des traités de coproduction vers ce type de productions.

Au Québec seulement, on dénombre déjà des dizaines de webséries dramatiques qui rejoignent un nombre croissant d'auditeurs. On n'a qu'à penser à des titres comme : En audition avec Simon, Chez Jules, Les chroniques d'une mère indigne, Didier Ze mime, Temps mort, Le couple.tv, Vie de vrais gars et autres. Des galas et concours d'importance, tels les NUMIX et les Gémeaux, font dorénavant une grande place à ce nouveau genre d'expression.

Un genre également en plein essor dans d'autres marchés. Par exemple, seulement dans la francophonie, plusieurs producteurs proposent déjà une multitude de projets dans ce domaine. En témoigne de façon éloquente, le WebTV-Festival de La Rochelle qui met en compétition des centaines de programmes dans une dizaine de catégories et où les productions canadiennes s'illustrent particulièrement au chapitre des nominations et des prix remportés.

Dans les mois et années qui viennent, il est à prévoir que les coûts pour ces productions originales audiovisuelles sur les nouvelles plateformes iront en augmentant, sur la base d'une qualité accrue des contenus offerts. Déjà, dans certains pays, on met en place des programmes de financement spécifiques pour les webséries. Par exemple en France, le Centre national du

cinéma et de l'image animée (CNC) voit actuellement à la création d'un nouveau compte de soutien à l'industrie des programmes audiovisuels pour le Web.

2. L'extension du principe de la coproduction aux productions multimédia interactives

Le Canada est reconnu mondialement pour la richesse et la qualité de sa production multimédia interactive. À ce titre, mentionnons que la production dite transmédia, originale et de convergence (contenu interactif associé à une émission de télévision) représente déjà des centaines de projets pour l'ensemble du pays, considérant notamment les investissements faits dans ce secteur par le Fonds des médias du Canada, le Fonds Bell et le Fonds Quebecor.

Maintenant, pour une grande majorité des contenus en télévision ou en cinéma, la tendance va assurément vers la production transmédia ou d'applications sur les nouvelles plateformes. La présence d'un volet interactif autour d'un contenu audiovisuel pourra certainement favoriser son potentiel de ventes à l'étranger. De même que l'existence d'un coproducteur web dans un territoire donné sera un atout de plus pour la visibilité du projet. Mentionnons également que beaucoup de pays, avec qui le Canada a des ententes de coproduction audiovisuelle, offrent maintenant des programmes pour soutenir la production numérique.

Il est donc tout à fait naturel que ce type de production, associé au multimédia interactif, puisse dans un avenir rapproché faire l'objet des traités de production avec d'autres pays. Dans certains créneaux, les budgets requis pour faire des réalisations de calibre international augmentent constamment. Dans ce cas, le fait de pouvoir obtenir les avantages de la coproduction pourrait s'avérer essentiel pour initier des projets d'envergure.

Conclusion

Le Canada a tout à gagner à inclure les productions audiovisuelles originales pour les nouvelles plateformes et les productions multimédia interactives dans le cadre des traités de coproduction. La capacité de nos producteurs de développer de nouveaux projets au rayonnement élargi se trouverait d'autant favorisée.

Au cours de la dernière décennie, le portrait de la production de contenu médiatique, d'information et de divertissement, a été profondément modifié. Il est plus que normal que les politiques de financement de tels produits s'adaptent à ce nouvel état fait. Plusieurs producteurs sont d'ores et déjà prêts à relever les défis d'une production de grande qualité, multiplateforme, interactive et internationale.

Marc Beaudet,
Président du RPM