



ASSOCIATION DES
PRODUCTEURS DE
FILMS ET DE
TÉLÉVISION DU
QUÉBEC

**Allocution devant les membres de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision
par André Provencher, président du conseil d'administration de l'APFTQ
le lundi 2 novembre 2009, à Montréal.**

Chers invités de la table d'honneur,

Chers amis,

Je veux tout d'abord remercier l'Académie de me faire aujourd'hui l'honneur de sa tribune. Je remercie également mon ami Charles de son aimable présentation. Je suis heureux de pouvoir aujourd'hui concilier mes expériences dans la radiodiffusion et la production pour mieux contribuer au progrès de notre télévision francophone, dans un contexte où les enjeux et les défis se multiplient.

J'ai eu le privilège d'une carrière en programmation et en production entièrement bâtie sur la recherche et l'assemblage des meilleures idées. Cet objectif est demeuré constant comme un leitmotiv, presque une obsession. C'est dans cette perspective que je veux discuter avec vous ce midi de la situation de la création et de la production télévisuelle de langue française.

Depuis sa fondation, il y a près de 60 ans, la télévision francophone québécoise a toujours réussi à trouver et à maintenir une place parmi les meilleurs. Cet exploit, et il ne faut jamais cesser de se le dire, est considérable, surtout pour une société qui compte une population d'à peine sept millions de personnes.

Pourtant notre télévision n'a pas toujours navigué sur une mer d'huile. Elle a dû faire face à de nombreuses embûches et traverser des crises. Il a fallu nous adapter à un cadre réglementaire en constante évolution, ou encore intégrer toutes les nouvelles prouesses technologiques. Puis les services de distribution se sont étendus, ce qui ouvrait la voie, il y a vingt-cinq ans, à

l'augmentation de l'offre. Il nous a donc fallu nous préparer à la multiplication des services de programmation, publics, privés ou thématiques, et souvent offerts dans des langues autres que le français. Le corollaire inévitable de ce phénomène fut, et demeure, la fragmentation accélérée des auditoires. Les changements dans notre système ont également forcé l'évolution des modes de financement de la production, suscité quelques accrochages entre les services publics et privés, et transformé le rôle et la gouvernance des institutions publiques qui nous régissent. Et voilà que nous devons maintenant intégrer de nouvelles plateformes de distribution et d'interactivité susceptibles de transformer totalement, encore une fois, notre paysage.

Dès lors, peut-on discerner clairement ce qui se profile à l'horizon ? Que nous réserve l'avenir et comment parviendrons-nous à maintenir notre télévision au sommet de sa forme ? Notre passé peut-il à lui seul se porter garant de ce qui nous attend ? Ce passé a beau être glorieux, nous avoir révélé à nous-mêmes et forgé notre identité, nous nous retrouvons aujourd'hui devant des défis de grande taille, qui nous obligent à repérer l'essentiel et à s'y accrocher. Et, croyez-moi, il est possible de s'inscrire dans le changement sans écouter le chant des sirènes qui se promènent autour de nous.

Allons donc à l'essentiel et redécouvrons les vraies valeurs de notre télévision. Si elle fait tant notre fierté et si elle suscite autant l'envie à travers le monde, c'est qu'elle est faite d'idées, de créations originales, et d'un savoir-faire exceptionnel tant en production qu'en programmation. Les émissions que nous nous plaisons le plus à regarder sont issues de notre propre imaginaire. Souvenez-vous des formules 23 sur 25, 27 sur 30, 45 sur 50 pour démontrer le succès de nos émissions auprès de l'auditoire francophone québécois. En effet, il y a peu de territoires dans le monde où les émissions locales sont si nombreuses, si variées et si populaires que chez nous.

À la lumière de nos succès continus, nous pourrions être tentés de croire que le Québec est simplement né sous une bonne étoile. La théorie voudrait que l'instinct de résistance ait transformé notre société en une sorte de village gaulois galvanisé par sa volonté d'affirmation culturelle. Mais il n'y a pas ici de druide savant, ni de potion magique. Non, notre village est plutôt habité et animé par des créateurs remarquables, par des artistes et des artisans qui se passionnent pour leurs métiers, par des entrepreneurs culturels qui s'acharnent à promouvoir

l'émulation créative et à développer les meilleures idées. Ce sont les producteurs et leurs entreprises qui se portent souvent à la défense des projets et acceptent d'en partager les risques. Dans bien des cas, ce rôle est assumé de concert avec leurs partenaires de la diffusion et des institutions gouvernementales. Mais il est tout aussi vrai que les producteurs supportent souvent le fardeau financier de la création sur leurs seules épaules.

Enfin, je veux toucher un mot du rôle des diffuseurs dans la vitalité de notre système, eux qui en constituent la pierre d'assise. L'offre de programmes québécois qui passe sur leurs écrans est unique, riche de talents et, faut-il le rappeler, parfois porteuse de risques plus importants. À tous, je dis bravo. Car l'ensemble de ces efforts fait en sorte que notre monde de la télévision nous ressemble et nous rassemble toujours.

Voilà pourquoi il faut continuer d'en prendre soin et se montrer d'une vigilance obsessive. Nous devons nous assurer, entre autres, que les pressions exercées par la révolution technologique et celle des marchés émergents ne finissent pas par rétrécir notre espace culturel et en diminuer la valeur. Notre télévision, je le redis, c'est le miroir de notre société, c'est l'expression de nos différences et de nos particularités, c'est un rempart érigé pour défendre la diversité culturelle.

On ne badine pas de fait avec l'intérêt public. En toutes circonstances, nous devons pouvoir vérifier la présence de cette valeur fondamentale, laquelle donne un sens à nos initiatives et assure la légitimité des parties prenantes. L'intérêt public, c'est la raison d'être de notre système, c'est l'origine de son fantastique 'branding'. Autrement dit, si notre télévision ne s'était pas construite autour de l'intérêt public, nous ne pourrions aujourd'hui célébrer ce qui la distingue, soit l'originalité, la créativité, la qualité et la diversité.

C'est pourquoi je m'interroge sur les réelles motivations derrière la refonte du Fonds canadien de télévision, devenu le Fonds des médias du Canada. À bien des égards, celle-ci fait naître des appréhensions graves. La gouvernance, par exemple, laisse un doute sur la primauté de l'intérêt public. L'importance accordée à la représentation des intérêts des entreprises de distribution soulève ainsi de très sérieuses réserves. Il est moins clair aujourd'hui que les contributions des distributeurs au financement d'émissions canadiennes soient le produit d'une redevance établie

en fonction du droit d'exploitation d'une propriété publique. Or, fondamentalement, les contributions financières des entreprises de distribution sont celles de leurs abonnés. Si nous revenions aux origines du Fonds des câblodistributeurs et de la décision du CRTC qui l'a fait naître, nous dirions avec raison « ce n'est pas l'argent des câblos, c'est l'argent des câblés ».

Le Fonds des médias du Canada doit reconnaître que les capitaux dont il est doté sont essentiellement publics. Et il doit faire en sorte que ses lignes directrices pour l'allocation des fonds répondent aux besoins de stimulation des effets recherchés, soit la capacité d'offrir des produits originaux épousant les profils des différentes chaînes de télévision. Pour cela, il est impératif que le Fonds des médias du Canada préconise entre les joueurs des rapports de force, de droits et de responsabilités qui écartent les possibilités de domination induite.

Nous sommes en faveur de groupes intégrés dont la taille et la capitalisation contribuent à la pérennité de notre industrie. Mais nous sommes résolument opposés à la finalité que cela engendre parfois de façon perverse, soit la concentration extrême, l'affaiblissement chronique d'une autre partie prenante ou, pire, la subordination de l'intérêt public à l'intérêt privé.

Ici, au Québec, la situation mérite une très grande vigilance. Nous avons beau porter les gènes d'Astérix et d'Obélix, nous ne sommes pas pour autant invincibles. Nous avons besoin de nouvelles mesures de sauvegarde pour empêcher que s'étiolent la force, l'intégrité et la pérennité de la télévision francophone.

Sans vouloir dresser un tableau trop sombre de la réalité, il est évident que nous vivons depuis quelques années une période d'agitation et de tourmente où sont apparus des dangers redoutables.

Les signaux d'alerte englobent la pression financière exercée sur les chaînes généralistes, la faillite de l'une d'entre elles, la désertion des plus jeunes téléspectateurs vers Internet, le sort de la télévision locale, l'instabilité du financement de la Société Radio-Canada, ou, plus récemment, l'incertitude entraînée par la transformation du Fonds canadien de télévision en Fonds des médias du Canada.

Mais on a fait peu de cas jusqu'ici de la menace qui pèse sur l'espace de création. Le voici aujourd'hui confronté au marché effervescent des formats, une réalité mondiale. Est-ce que je vous surprendrais en vous disant que le rapport BBM, pour la semaine du 28 septembre au 4 octobre, confirmait l'implantation progressive des formats étrangers sur nos écrans de télévision. En effet, près de la moitié des dix émissions québécoises les plus regardées étaient en fait des émissions basées sur des idées et des formats étrangers. Les œuvres de nos créateurs s'imposent massivement dans la fiction. Pas de souci à cet égard. Mais dans toutes les autres catégories, le palmarès des 30 émissions les plus suivies se partage à parts égales entre les formats étrangers et les créations québécoises. Ce qui tend à démontrer le déplacement progressif des centres de création vers d'autres territoires. Le développement de nouveaux concepts serait donc en voie de mondialisation, avec comme corollaire la concentration de la propriété intellectuelle et même celle des structures de production, dont l'étalement à travers le monde se répand à vitesse grand V. Observez pour vous en convaincre la stratégie et le mouvement de groupes mondiaux comme Endemol, présent en production dans plus de quarante pays.

Ce n'est pas un mythe, c'est la nouvelle réalité. Donc, même dans le champ de la création et de la production, une de nos forces les plus remarquables et les plus motrices de distinction et de succès, l'équilibre est défié par la mondialisation.

Les enjeux, on le constate, sont nombreux et cruciaux pour notre avenir. Dans la révision de ses lignes directrices, le Fonds des médias du Canada doit réexaminer à nouveau les principes de son action. Je vous en propose ici un énoncé succinct :

Premièrement, les fonds qu'il administre sont indiscutablement publics et servent l'intérêt commun. Deuxièmement, le Fonds encourage la création originale, la qualité et la diversité. Troisièmement, le Fonds se soucie de tous les auditoires, répartis dans tous les groupes socioculturels et sociodémographiques. Quatrièmement, le Fonds se préoccupe de la migration des auditoires vers de nouvelles plateformes et adopte les mesures favorisant la diffusion de contenus canadiens de qualité, variés et suffisants. Cinquièmement, le Fonds évite les mesures qui pourraient se traduire par une concentration démesurée des avantages, entraînant du même coup l'iniquité, le renforcement des plus forts et l'affaiblissement des plus faibles. Sixièmement,

le Fonds accorde aux cotes d'écoute une importance réelle mais raisonnable, dont la conséquence ne pourrait être la régression de l'innovation, de la diversité, des émissions documentaires, ou des émissions consacrées à la jeunesse.

Même si je vis aussi dans la bourgade des Gaulois, je ne suis pas Panoramix. Je ne propose ni potion magique, ni recette miracle pour relever les défis que nous partageons. Je crois plutôt que les solutions devraient émerger d'une réflexion collective, sereine et respectueuse, puisqu'elles concernent l'ensemble de notre société. Je crois aussi que le CRTC est l'institution toute désignée pour en assumer le leadership, car c'est elle que le législateur a mandatée pour gérer nos objectifs communs. Ce processus stratégique est important et ne doit pas prendre place, si voulons qu'il porte ses fruits, dans l'improvisation et la précipitation.

Pour l'instant, nous comprenons difficilement les réelles motivations des créateurs du Fonds des médias du Canada. Je cherche encore ce qui est à ce point brisé dans le système francophone pour mériter une réparation d'urgence et en catastrophe. À mon avis, il n'y en a pas, si on fait exception de la nécessité d'harmoniser davantage les fonds dévolus à la télévision, et ceux destinés aux nouveaux médias. Mais doit-on pour autant sacraliser la cote d'écoute, introduire une obscure mesure de rendement sur le capital investi, décourager la diversité des contenus et des auditoires moins commerciaux ? Faut-il absolument concentrer l'exploitation des produits multiplateformes entre les mains des grands groupes intégrés, ou encore induire des changements menaçant l'innovation et la création originale ? Faut-il prendre le risque d'affaiblir la production indépendante avec un approvisionnement plus important de programmes auprès d'entreprises liées à des radiodiffuseurs, dont l'unique conséquence pourrait être l'augmentation des conflits d'intérêts et la concentration induite d'avantages entre les mains d'un nombre restreint de décideurs.

À l'heure actuelle, la très grande majorité des entreprises de radiodiffusion du Québec ont choisi d'acquiescer toutes leurs émissions canadiennes auprès des producteurs indépendants. C'est le cas depuis toujours des Chaînes Télé-Astral. Ce fut le cas plus récemment de Télé-Québec et de V, toutes deux soumises à des besoins pressants de réorganisation financière. La Société Radio-Canada a opté pour la conservation, en dehors de l'information et des affaires publiques, d'un

secteur témoin de production interne. Cette décision est raisonnable et doit être respectée. Dans le cas de TVA, les intentions exprimées sont à contre-courant. Pourtant, rien dans la situation financière de l'entreprise, encore moins dans sa position dominante du marché de l'écoute, ne pourrait justifier un recours accru aux fonds publics pour financer une part plus importante des émissions canadiennes diffusées à son réseau.

Il faut noter que TVA, à l'instar des autres entreprises de radiodiffusion, bénéficie déjà largement des fonds publics. En nous basant sur la grille du réseau pour l'automne 2009, et en analysant les données fournies par le Fonds canadien de télévision, nous avons évalué que l'apport du financement public serait de l'ordre de 30 millions de dollars pour les émissions diffusées en période de grande écoute, soit à peu près l'équivalent des sommes consenties par le diffuseur pour l'acquisition des mêmes programmes.

Il y a près de vingt ans, j'ai moi-même plaidé pour l'admissibilité des émissions produites par JPL Productions au programme de crédit d'impôt du Québec. Cette mesure fut d'abord acceptée sur une base exploratoire, puis abandonnée devant une évaluation mitigée de ses résultats. Si ce fut une erreur à cette époque, l'expérience devrait nous éviter de la répéter à une plus grande échelle.

Les producteurs indépendants ont leur place dans l'univers moderne des médias électroniques, et nous entendons la faire respecter. En même temps, nous sommes prêts à jouer notre rôle au sein d'une coalition du changement. Nous sommes conscients de nos responsabilités d'entrepreneurs culturels et fiers de les assumer pleinement. Nous faisons déjà des idées et de la création originale le cœur de nos actions. Selon une étude menée par la firme Raymond Chabot Grant Thornton en 2003, et dont les résultats furent extrapolés pour l'année en cours, les producteurs indépendants du Québec investissent plus de 8 millions de dollars dans la recherche et le développement de nouveaux concepts et de nouveaux produits audiovisuels. Cet effort, réalisé à même les fonds propres de nos entreprises, est considérable, surtout si on tient compte que seulement une partie des projets développés verront le jour, et que les modèles disponibles pour la récupération de nos investissements se définissent surtout par leurs contraintes et leurs limites. À cet égard, il est regrettable qu'on ne reconnaisse pas davantage le statut d'entrepreneurs des producteurs

indépendants et qu'ils soient les seuls acteurs du système de radiodiffusion dont les marges sont régies par un plafond, sous la barre des 10% de leurs revenus.

Il viendra un moment, et peut-être ce jour est-il déjà arrivé, où nous devons nous préoccuper davantage de notre capacité à rivaliser avec les idées prêtes-à-produire des fournisseurs étrangers. Il faudra se soucier du milieu ambiant de la création et de l'espace réservé à nos créateurs. La campagne électorale de Montréal, en dépit des thèmes qui l'ont assombrie, a tout de même fait ressortir le rôle des créateurs dans le développement de cette ville. Il va sans dire, le concept de Montréal, ville de création, sied comme un gant au domaine de la télévision et du multimédia. Nos prouesses du passé le démontrent amplement.

En vue de soutenir la création et dans le contexte des bouleversements technologiques qui nous interpellent tous, je suis fier d'annoncer aujourd'hui que l'APFTQ et le Regroupement des producteurs multimédias, le RPM, ont convenu d'unir leurs efforts. Leurs membres veulent joindre leurs voix pour réussir le passage vers une offre de produits multiplateformes qui soit originale, canadienne et de qualité. Je salue ici l'initiative du président du RPM, Marc Beaudet, et de ses 70 membres. Ils croient, tout comme les producteurs indépendants de films et de télévision, qu'il faut harmoniser les conditions requises par le développement et le financement de contenus originaux. Désormais, ce sont plus de 200 entreprises du Québec qui se consulteront et qui partageront leurs idées avec les autres partenaires de notre industrie. C'est ensemble qu'elles travailleront à l'émergence d'un système global performant, unique, et portant les valeurs distinctives de notre réalité culturelle.

Car, dans le monde de demain, il faut se demander quelle place subsistera pour l'innovation et la création. Sur quel appui pourront compter les créateurs qui pensent en dehors de la boîte et réinventent la télévision et les contenus multimédias? Je m'interroge sur l'effet qu'auraient pu avoir des critères de surpondération de l'écoute sur une série comme *Un gars, une fille*, qui n'aurait peut-être pas passé la rampe d'une seconde ou d'une troisième saison. En effet, il a fallu quelques années et quelques changements dans la stratégie-horaire de Radio-Canada pour que l'œuvre de Guy A. Lepage se révèle à la hauteur de son extraordinaire potentiel. Je vous laisse imaginer l'ampleur de la catastrophe si cette série, l'une des plus primées de notre histoire, s'était

éteinte avant d'influencer l'écriture de nombreux auteurs dramatiques et avant même de connaître une carrière si flamboyante à l'étranger. *Un gars, une fille* a été adaptée dans plus d'une trentaine de pays et égaie encore les écrans de télévision dans plusieurs d'entre eux.

L'importance qu'on envisage aujourd'hui d'accorder à la mesure de l'auditoire et au rendement sur le capital investi pourrait donc agir au détriment de la création et du développement. Les directions de programmes pourraient être tentées de s'en tenir aux valeurs les plus sûres, lesquelles proviennent de plus en plus de l'étranger sous forme de produits finis, mais surtout de formats. Je vous ai déjà fait remarquer qu'au Québec, près de la moitié des dix émissions les plus regardées sont basées sur la création étrangère même si, dans les faits, elles sont parfaitement assimilées à du contenu canadien. Ce phénomène, à peu près inexistant il y a une dizaine d'années seulement, prend de plus en plus d'ampleur et s'impose maintenant au moyen d'ententes-cadres entre quelques-uns des radiodiffuseurs francophones d'ici et de grands fournisseurs étrangers de formats. C'est à dire qu'avant de considérer le produit de la création québécoise, ces radiodiffuseurs vont d'abord s'acquitter de leurs engagements contractuels envers leurs partenaires internationaux et mettre en chantier des productions basées sur leurs concepts.

Certes, nous ne devons pas craindre la concurrence et chercher de plus en plus les occasions de faire rayonner les créations télévisuelles québécoises sur nos écrans et à l'extérieur.

Présentement, des œuvres comme *Les hauts et les bas de Sophie Paquin, C.A., Les Parent, Les invincibles, François en série, Les Lavigueur*, pour n'en nommer quelques-unes, sont toutes présentes à l'étranger, soit en versions sous-titrées, soit sous la forme d'une adaptation. Mais pour profiter de toutes les occasions offertes sur les marchés extérieurs, il faut continuer à investir sans relâche dans la création originale tout en prenant acte de la nouvelle concurrence mondiale.

Nous sommes tous conviés au changement dans nos façons de soutenir un modèle de production et de radiodiffusion qui porte les valeurs de nos concitoyens et auquel ils peuvent s'identifier, pourvu qu'on n'abandonne pas la proie pour l'ombre et qu'on retienne les enjeux et les défis véritables auxquels nous sommes confrontés. Et je réitère qu'en toile de fond de nos arrangements futurs se dresse d'abord l'intérêt public, caractérisé par l'émulation de nos

créateurs, de même que par la qualité, la diversité et la quantité des produits canadiens placés sur nos écrans.

Même l'irruption du phénomène de la convergence, il y a une vingtaine d'années, a réitéré un principe inaliénable : « Content Is King ». À cela, j'ajouterais que nous ressemblerons demain à ce que nous diffuserons sur nos écrans.

Je vous remercie.