



**Independent  
Media Arts Alliance**  
**Alliance des arts  
médiatiques indépendants**

**Soumission écrite aux consultations de Patrimoine  
canadien**

**5 octobre 2020**

# Contexte de la soumission

## Fourni par Patrimoine canadien

Les secteurs de la culture, du patrimoine et du sport ont été parmi les premiers à ressentir les impacts financiers immédiats de COVID-19 et seront parmi les derniers à y faire face. Ces secteurs sont non seulement un moteur important de l'économie canadienne, mais jouent également un rôle essentiel dans la construction de la nation, la promotion de l'identité canadienne et la cohésion sociale. Ces lignes directrices ont pour but de faciliter l'élaboration et l'examen de propositions écrites visant à soutenir les organisations artistiques et culturelles, patrimoniales et sportives pendant la période de reprise, où les risques pour la santé et la sécurité liés à COVID-19 devraient être importants et où les liens économiques pourraient encore être endommagés. Le cas échéant, des informations sont également demandées sur les partenariats, les coûts et le retour sur investissement.

Votre proposition devrait s'aligner sur les priorités du cadre de relance pour :

1. Favoriser la durabilité de l'écosystème des arts et de la culture en assurant des sources de revenus plus stables aux organisations et une meilleure rémunération aux artistes, créateurs et travailleurs culturels ;
2. Accroître la demande d'art, de productions et de produits culturels canadiens ;
3. Augmenter le nombre de personnes issues de groupes sous-représentés et en quête d'équité qui peuvent gagner leur vie grâce à la création et à la production d'œuvres d'art et de produits culturels et à la participation à des activités sportives, notamment à des postes de gestion et de direction ;
4. Augmenter le nombre de personnes vivant au Canada qui pratiquent un sport de façon régulière (pour les secteurs liés au sport seulement) ; et
5. Réduire l'empreinte écologique des secteurs de l'art, de la culture, du patrimoine et du sport.

# Informations sur l'organisation

**Nom de l'organisme :** Alliance des arts médiatiques indépendants

**Adresse de l'organisme :** 4067 boul. St-Laurent, suite 200-A, Montréal QC H2W 1Y7

**Mandat de l'organisme :** L'AAMI est l'organisme national enregistré de services aux arts conçu pour les arts médiatiques indépendants au Canada. Représentant plus de 100 organismes indépendants de production, de distribution et d'exposition de films, de vidéos, d'enregistrements audio et de nouveaux médias dans chaque province et dans tous les territoires. L'AAMI dessert plus de 15 000 artistes indépendants des médias et travailleurs culturels.

[www.imaa.ca/about-us](http://www.imaa.ca/about-us)

**Auteur de la proposition :** Emmanuel Madan, directeur national, avec la contribution des membres de l'AAMI

## Résumé de la proposition

L'AAMI est active dans de nombreux réseaux du secteur des arts et de la culture, dont la Coalition canadienne des arts, entre autres. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos pairs des secteurs des arts visuels et des arts du spectacle, ainsi qu'avec nos homologues de l'industrie de la production médiatique.

L'AAMI soutient un grand nombre de propositions déjà soumises par nos organisations partenaires dans le cadre des consultations sur la récupération du patrimoine canadien. La proposition spécifique que nous décrivons ici porte sur les problèmes particuliers auxquels sont confrontés les artistes du cinéma, de la vidéo, des nouveaux médias et du numérique dont les modèles de production sont axés sur les artistes plutôt que sur l'industrie : productions et projets initiés et contrôlés par des artistes et où le contrôle créatif et les droits de propriété intellectuelle sont entièrement conservés par le réalisateur ou l'artiste, et non délégués aux producteurs ou aux diffuseurs. Cette communauté de créateurs a été confrontée à des défis spécifiques depuis le début de la crise Covid-19, et est bien placée pour saisir des opportunités uniques alors que nous nous tournons vers la reprise.

Nous nous félicitons des récentes déclarations du ministre, affirmées dans le discours du Trône, selon lesquelles les profits considérables des géants multinationaux du web générés au Canada devraient dicter un investissement proportionnel dans la production médiatique canadienne. Le principe fondamental en jeu est que tous ceux qui tirent des avantages économiques de l'écosystème médiatique au Canada devraient participer à sa durabilité et à son renouvellement. Il est essentiel que ce principe s'étende aux plateformes en ligne afin que le régime global reste équitable, viable et cohérent avec les réalités médiatiques de notre monde en ligne interconnecté. Nous attendons avec impatience le prochain projet de loi qui mettra en œuvre cette recommandation clé du rapport Yale.

En outre, nous pensons que la révision imminente du cadre réglementaire et de financement offre également l'occasion d'examiner non seulement ce qui contribue au maintien de la production de contenu canadien, mais aussi comment et à qui ces contributions sont distribuées. Les Canadiens ont d'innombrables façons de raconter et de consommer des histoires, et les mécanismes actuels d'investissement des profits de la diffusion de contenus dans de nouvelles productions servent bien certains de ces modes de narration tout en en laissant d'autres de côté.

Actuellement, les principaux mécanismes de financement des contenus audiovisuels et numériques sont le Fonds des médias du Canada et la douzaine de fonds de production indépendants certifiés (FPIC) réglementés par le CRTC, qui servent de véhicules aux entreprises de radiodiffusion pour remplir leurs obligations de financement. Les projets autoproduits par des cinéastes indépendants, des développeurs de jeux et des créateurs numériques ne sont pas desservis par ces structures.

**Nous proposons donc la création de nouveaux flux de financement destinés spécifiquement à relever les défis du développement, de la production et de la découverte de productions audiovisuelles et numériques entièrement indépendantes et axées sur les artistes.** Ces nouveaux mécanismes permettraient de canaliser une partie des nouveaux revenus prévus provenant des entreprises de médias nouvellement couvertes par le cadre réglementaire, et de diriger ces ressources vers des formes innovantes de création de contenu actuellement non desservies par le FMC et les FPIC. Ces nouveaux systèmes de financement mettraient particulièrement l'accent sur la production créative par les communautés sous-représentées et mal

desservies, en intégrant des objectifs d'équité, de jeunesse, de diversité régionale et de diversité des formes de présentation dans leurs modèles de gouvernance et leurs processus décisionnels.

Plus précisément, nous proposons :

- 1. Création d'un nouveau FPIC spécifiquement mandaté pour investir dans des productions et des projets médiatiques dirigés par des artistes ;**
- 2. L'établissement de programmes de financement spécifiques au sein des structures de financement existantes (FMC et FPIC existants), conçus pour soutenir les productions audiovisuelles et les projets numériques réalisés par des artistes**

## **Alignement sur les priorités du cadre de relance de Patrimoine canadien**

### **1. Encourager l'innovation, la résilience et la durabilité**

Les structures de financement du Fonds des médias du Canada et des FPIC sont ouvertes aux diffuseurs et aux sociétés de production, mais pas directement aux artistes. Leurs programmes sont conçus pour soutenir les productions destinées aux formats de télévision conventionnels.

Alors que la communauté culturelle canadienne émerge de la crise profonde déclenchée par la COVID-19, elle aura besoin d'approches nouvelles et avant-gardistes qui mobilisent une communauté large et diverse de voix créatives. L'AAMI estime qu'il est essentiel de saisir l'opportunité générationnelle unique créée par l'intégration des entreprises médiatiques étrangères dans le régime réglementaire canadien. Une partie de ce nouvel afflux de fonds peut être utilisée pour combler le manque d'infrastructures de financement, ce qui permettra de créer un écosystème plus diversifié et plus résilient pour la création audiovisuelle et numérique.

Il est clair que l'environnement médiatique des années 2020 n'est pas caractérisé par la "convergence" mais par une prolifération accélérée des médias de distribution. Les nouveaux formats, des applications mobiles aux jeux en passant par les technologies immersives, ne doivent pas être dominés par des monopoles de distribution comme l'ont été les autres médias de communication. Lier le soutien financier directement aux artistes est une stratégie clé pour construire une écologie créative innovante et résistante pour la prochaine génération, qui englobe toute la gamme des possibilités des médias numériques et assure une rémunération durable à ces créateurs.

### **2. Diversité et inclusion**

Les canaux de financement des médias existants sont fondés sur les modes de production des cultures dominantes du Canada et sont centrés sur ses grandes villes. Si le gouvernement canadien souhaite favoriser une véritable diversité de récits, il ne peut se contenter d'attendre des conteurs et des artistes issus de communautés en quête d'équité qu'ils adaptent leurs pratiques culturelles à ces structures existantes. Il faut plutôt développer de nouveaux modèles qui répondent à une gamme de styles de création avec l'apport et la

participation active d'artistes, de réalisateurs, de scénaristes, de concepteurs et de développeurs qui ne sont pas reflétés dans les structures de production établies.

La proposition de l'AAMI de canaliser les nouveaux financements directement vers les voix artistiques indépendantes élargira de manière exponentielle les points d'entrée vers des carrières durables dans la création et la production pour les artistes qui ont longtemps été exclus de ces industries en raison de leur race, culture, capacité, identité de genre, âge, statut d'immigration, statut linguistique, religion ou région. Ces exclusions systémiques ont empêché les artistes indépendants de ces milieux et d'autres de mettre en place des structures de production qu'ils contrôlent eux-mêmes. Il est donc impératif que l'environnement global de financement évolue et se développe activement pour répondre à ces créateurs selon leurs propres conditions. Nous ne pouvons pas continuer à attendre passivement que ces exclusions historiques et actuelles diminuent très progressivement dans la société au sens large. Il sera essentiel de contourner ces exclusions systémiques pour mobiliser le plein potentiel des expressions culturelles de ce pays.

### 3. Environnement

Les micro productions ont un avantage concurrentiel en matière de durabilité : des équipes plus petites, des temps de production plus courts et des déplacements moins intensifs génèrent tous une empreinte écologique plus faible que celle qui prévaut généralement dans l'industrie des grands médias. La proposition de l'AAMI soutiendra les modes de production qui sont intrinsèquement plus durables que les grandes opérations industrielles du cinéma et de la télévision.

En plus de l'initiative que nous proposons, nous pensons qu'il sera essentiel d'encourager l'embauche et l'approvisionnement locaux pour les productions situées en dehors des grands centres. Des politiques devraient être mises en œuvre pour encourager les productions à favoriser les sources locales dans leurs pratiques d'embauche et d'approvisionnement, plutôt que de parachuter des talents, des équipes et des ressources matérielles de l'extérieur. Cela aurait le double avantage de réduire les émissions inutiles liées aux déplacements et de stimuler les économies locales. Le crédit d'impôt pour production canadienne a un rôle clair à jouer à cet égard, et les agences de développement régional du gouvernement fédéral pourraient jouer un rôle de partenaire dans ces efforts.

Les restrictions de voyage durant la pandémie ont mis en évidence la nécessité de réduire la dépendance du secteur aux voyages longue distance. Même après la fin du COVID, l'empreinte carbone des voyages aériens à des fins de promotion et de tourisme continuera d'être une considération majeure. Notre secteur cherche à adapter et à mettre à jour ses modèles et stratégies d'entreprise de manière à non seulement atténuer les risques sanitaires, mais aussi à réduire au minimum l'empreinte carbone. Les outils numériques, bien qu'ils aient des effets secondaires propres sur l'environnement, continuent d'être optimisés dans l'ensemble de notre secteur. Toutefois, ces outils sont souvent développés de manière isolée et ne sont pas largement diffusés. Nous recommandons un soutien accru pour le partage et le co-développement des meilleures pratiques dans ce domaine, afin d'accroître la durabilité du secteur dans son ensemble. Des approches plus efficaces et mieux coordonnées en matière de tournées internationales (telles que les réservations en bloc et le partage des coûts entre diffuseurs) sont des stratégies prometteuses pour économiser les ressources et minimiser le gaspillage tout en maximisant l'impact.

# Autres considérations

## Partenaires

Nos principales recommandations seraient mises en œuvre par le CRTC en consultation avec la communauté des créateurs indépendants de l'audiovisuel et des médias numériques, et en coordination avec la liste existante des fonds de production indépendants certifiés et le Fonds des médias du Canada.

Comme indiqué à la question 3, des partenariats avec les agences de développement régional du gouvernement fédéral permettraient de mettre en place une politique d'incitation à l'embauche et aux achats locaux pour les productions des régions éloignées, rurales et nordiques.

## Coût

Les budgets globaux des nouveaux véhicules de financement proposés restent à déterminer. Toutefois, il convient de souligner que notre proposition serait entièrement financée par les nouvelles recettes générées par l'extension prévue du cadre réglementaire des médias. Étant donné que les productions indépendantes, axées sur les artistes, ont tendance à nécessiter des budgets beaucoup plus faibles que les projets axés sur les radiodiffuseurs, même un engagement modeste de nouveaux fonds en faveur des objectifs proposés aurait un impact significatif.

## Retour sur investissement (social, environnemental, économique)

Comme mentionné ci-dessus, les productions audiovisuelles et numériques indépendantes ont un impact élevé même avec des montants relativement faibles. Cela signifie qu'à des niveaux d'investissement similaires, les rendements des productions indépendantes contrôlées par des artistes sont d'un ordre de grandeur supérieur en termes de nombre de productions et de projets réalisés. Les retours sur investissement dollar pour dollar seraient nettement plus importants non seulement en termes de quantité de contenu, mais aussi du point de vue de la diversité créative, de l'impact et de l'inclusion sociale et du développement économique communautaire.