



CHEVAUCHEMENT DES PROGRAMMES DU CALQ ET DE LA SODEC EN ARTS MÉDIATIQUES :

PERCEPTION OU RÉALITÉ ?

Conseil québécois des arts médiatiques

©COAM
Octobre 2002

TABLE DES MATIÈRES

Notre cinématographie	3
Introduction	4
Enjeux	4
Définition des arts médiatiques	6
L'examen comparatif des mandats et des programmes du CALQ et de la SODEC	7
Le mandat du CALQ	7
Le mandat de la SODEC	7
Analyse	8
Objectifs des programmes d'aide en arts médiatiques au CALQ	9
Objectifs des programmes d'aide à la production cinématographique et télévisuelle de la SODEC	9
Objectifs des programmes d'aide à la production multimédia de la SODEC	9
Analyse	10
Clientèle du CALQ	10
Clientèle de la SODEC	11
Analyse	11
Aide à la production cinématographique, vidéographique et nouveaux médias du CALQ	11
Aide à la production cinématographique de la SODEC	13
Aide à la scénarisation	13
Aide à la production cinématographique	14
Analyse	15
Programme d'aide aux jeunes créateurs de la SODEC	15
Analyse	17
Aide à la production en nouveaux médias de la SODEC	17
Analyse	21
Différentes aides au rayonnement et à la familiarisation des arts médiatiques au CALQ	21
Différentes aides au rayonnement et à la familiarisation des arts médiatiques à la SODEC	22
Autres aides en arts médiatiques	22
Conclusion	23

« Tant que notre cinématographie et notre vidéographie demeurèrent de facture plus ou moins culturelle, sociale et peu coûteuse, tout se passa sans trop de mal, d'autant plus qu'elles rapportaient beaucoup de dividendes « politiques » à l'étranger. Mais les préceptes de l'autarcie obligeant, les administrateurs – fonctionnaires craignirent bientôt qu'en cas d'échec leurs grands patrons politiques et l'opinion publique ne leur fassent porter l'odieux du blâme. Ils décidèrent alors de mettre la création au diapason des courants dominants et de laisser les lois du commerce, du marché et de l'inflation décider progressivement à leur place. Les créateurs et les créatrices, qui avaient été les moteurs du cinéma et de la vidéo des années soixante et soixante-dix, plusieurs s'étant même autoproduits, se virent ainsi relégués au second plan sinon au xième, derrière les nouveaux maîtres du jeu, nommément, par ordre d'influence de vie et de mort d'une œuvre, les institutions elles-mêmes, les diffuseurs, les distributeurs, les exploitants de salles et les producteurs. »¹

Jean Pierre Lefebvre
président

¹ Mot du président, Jean Pierre Lefebvre, *Rapport des états généraux des créateurs et des créatrices du cinéma et de la vidéo* (29, 30, 31 mars 1996), Éditions Gaz Moutarde, 1996

CHEVAUCHEMENT DES PROGRAMMES DU CALQ ET DE LA SODEC EN ARTS MÉDIATIQUES

Perception ou réalité ?

INTRODUCTION

Les retombées possibles d'un tel questionnement sur l'avenir de la pratique des arts médiatiques soulèvent une vive inquiétude au sein du conseil d'administration du COAM et, par extension, au sein de la communauté des arts médiatiques au Québec.

Si, à première vue, certains croient percevoir des chevauchements entre les programmes du CALQ et ceux de la SODEC, il est de notre avis et de notre expérience, à titre de regroupement disciplinaire, qu'une telle interprétation naît d'une analyse trop sommaire et partielle pour se qualifier de vision juste.

À force de remonter à la source de telles rumeurs qui circulent à intervalles réguliers, le COAM se rend compte que la perception d'un soi-disant chevauchement émerge uniquement dans l'esprit de ceux qui croient au guichet unique, ne discernent ni la différence entre la création artistique et l'industrie culturelle ni leurs rôles respectifs, croient que l'artiste doit se conformer aux modèles d'entreprise et en est un simple rouage, par leurs décisions institutionnelles ou politiques encouragent la rentabilité commerciale à supplanter la rentabilité culturelle. Cette pensée évacue la pertinence de la création artistique dans l'affirmation identitaire d'une société – nation et ne se préoccupe guère de la responsabilité d'un État-Nation à mettre en œuvre et à maintenir les moyens et les ressources qui permettent l'épanouissement de l'imaginaire collectif québécois.

Déjà, en 1996, les états généraux des créateurs et des créatrices du cinéma et de la vidéo ont constaté que « la singularité de notre cinématographie, de notre vidéographie et de l'ensemble de notre culture est occultée...² ». Bien qu'il soit une évidence d'énoncer que le paysage cinématographique et audiovisuel du Québec vit un tiraillement profond entre les praticiens d'un cinéma du septième art et les entrepreneurs qui prônent une logique industrielle de la production cinématographique de masse, le COAM estime qu'il faut reconnaître la contribution incontournable de chacune de ces visions dans le développement et la consolidation d'une production cinématographique et audiovisuelle nationale si l'on entretient un quelconque espoir de maintenir une véritable voix identitaire.

LES ENJEUX

La complémentarité entre le CALQ et la SODEC est un des fondements des politiques de soutien de la création artistique et du rayonnement des œuvres réalisées au Québec et demeure un exemple pour le reste du Canada. Cette complémentarité est similaire à celle qui existe au palier fédéral et en Ontario (Ontario Arts Council et Ontario Film Development Corporation). Il est aussi intéressant à noter que le gouvernement du Parti conservateur au pouvoir en Ontario qui avait réduit le budget de l'Ontario Film Development Corporation de 26 M \$ à 1 M \$, l'a doté de nouveaux crédits quelques années plus tard.

² Les modèles et la gérance de la création, p.21, Rapport des états généraux des créateurs et des créatrices du cinéma et de la vidéo (29, 30, 31 mars 1996), Éditions Gaz Moutarde, 1996.

Il serait aussi bon de se rappeler quelques faits d'histoire. Lors de la création du Conseil des arts et des lettres du Québec par le gouvernement québécois en 1992, le gouvernement s'est inspiré d'un modèle d'organisme qui avait déjà réussi à faire ses preuves. Créé en 1957, le Conseil des Arts du Canada a pour mission de soutenir l'artiste dans sa démarche artistique tout au long de sa carrière et d'appuyer le développement, la production et le rayonnement des arts, toutes disciplines confondues. Encore aujourd'hui, l'aide du CALQ, combinée à l'aide du Conseil des Arts du Canada permet aux créateurs québécois en arts médiatiques de créer des œuvres ou de compléter leur montage financier et permet aux organismes artistiques en arts médiatiques d'accomplir leurs mandats.

Plusieurs amendements à la Loi ont finalement abouti à la naissance de la SODEC en 1995. Auparavant, connue sous le nom de la SODICC, puis la SOGIC, cette société d'État a toujours eu pour objet de favoriser le développement des entreprises culturelles et d'en favoriser leur rayonnement. Sa création s'est inspirée de la SDICC (1967), aujourd'hui connu sous le nom de Téléfilm Canada. Le mandat est clair ; il s'agit de soutenir l'industrie culturelle et les produits de cette industrie. Dans cette logique de production, le créateur n'est qu'un élément de la chaîne d'une œuvre tandis que dans les arts médiatiques et pour le CALQ, le créateur est au cœur de l'œuvre, en est l'amorce et fournit l'impulsion donnant aux autres éléments de la chaîne leur raison d'être.

Ce questionnement, qui rompt avec tout esprit de complémentarité entre les sociétés d'État, amène plusieurs hypothèses toutes aussi préoccupantes les unes que les autres. Qu'il s'agisse de l'instauration d'un guichet unique ou le retrait de certains programmes de bourses destinés aux artistes et aux organismes artistiques du CALQ, on ne peut que voir des retombées néfastes pour la discipline des arts médiatiques, pour les artistes en arts médiatiques, pour le mode de production indépendant dit « d'auteur » et pour le rayonnement des œuvres en arts médiatiques à travers le monde.³

L'enjeu nous paraît autre que celui d'un simple chevauchement. Il pose une question fondamentale à savoir : quelle est la place actuelle allouée aux créateurs indépendants en arts médiatiques par le gouvernement du Québec et quelle serait la place future réservée à ces créateurs s'il y avait un guichet unique pour les arts médiatiques ? Subiront-ils de plus en plus de contraintes qui les forceront à abandonner le mode de production indépendante ? Se verront-ils acculés à une marginalité encore plus grande ? Est-ce que le Québec est prêt à sacrifier une création artistique d'une authenticité vibrante et unique pour favoriser un paradigme industriel où les créateurs sont des travailleurs à la commande dans l'esprit du modèle hollywoodien prôné par de plus en plus de producteurs privés au Québec ? Quelles seraient les retombées pour la vingtaine d'organismes artistiques en arts médiatiques qui sont autant de lieux de création, de diffusion et de rayonnement des œuvres en arts médiatiques ? Qu'advierait-il des programmes de résidences d'artistes en arts médiatiques ? Ce faisant, que restera-t-il du cinéma québécois, le cinéma des Groulx, Lamothe, Jutra et ceux qui aujourd'hui travaillent dans ce même esprit – les Fortin, Hivon, Morin, Trogi ? Que restera-t-il de la pratique de la vidéo et où s'adressera-t-on pour la création en nouveaux médias ?

³ À titre de comparaison rappelons-nous que si la série de films « Les boys » a fracassé les recettes du box-office, elle ne contribue guère à la renommée internationale de la cinématographie québécoise tandis que des films et des vidéos d'auteurs comme « Crème glacée, chocolat et autres consolations », « Hochelaga » ou « Québec – Montréal », « Yes Sir Madame! » ont compensé leur plus faible performance au box-office par le nombre de mentions et de prix internationaux reçus, rehaussant ainsi la renommée du cinéma et de la vidéo québécois à travers le monde. « Crème glacée, chocolat et autres consolations » et « Québec – Montréal » ont bénéficié des bourses du CALQ ou du Conseil des Arts du Canada.

Envisager même le transfert de certains programmes du CALQ à la SODEC porterait atteinte au mode de création et de production indépendante. Le processus de création en arts médiatiques se déroule souvent par étapes, comme un « work in progress », une démarche qui n'est pas admise à la SODEC qui reconnaît que la structure de production du modèle commerciale. Le CALQ (et le Conseil des Arts du Canada) reconnaît que ce mode alternatif de création, reconnaît que la recherche et le développement d'un projet artistique sans production d'une œuvre comme finalité fassent partie du processus de création en arts médiatiques, ce pourquoi leurs aides sous forme de bourses possèdent une souplesse et constituent une étape de plus en plus incontournable pour la majeure partie des créateurs en arts médiatiques.

Même la terminologie actuelle reflète ce même glissement indicible vers l'industrialisation de la création cinématographique et vidéographique. Auparavant, un créateur qui faisait des films était connu comme un cinéaste (personne qui exerce une activité créatrice et technique ayant rapport au cinéma) – celui qui fabrique son œuvre – et un créateur qui faisait de la vidéo était connu comme un vidéaste – celui qui fabrique son œuvre. Depuis quelques années, on a délaissé ces termes pour les remplacer par le terme « réalisateur » (personne qui dirige toutes les opérations de préparation et de réalisation d'un film ou d'une émission) - celui qui fait en sorte que l'œuvre prend forme. Le premier terme a une connexion directe à la création tandis que le deuxième désigne un maître d'œuvre de l'ensemble des opérations menant à un film ou à une émission.

DÉFINITION DES ARTS MÉDIATIQUES

Avant d'amorcer un examen comparatif des programmes, une définition des pratiques artistiques appartenant à la discipline des arts médiatiques permettra de comprendre certaines subtilités qui semblent échapper à ceux qui n'y voient que du chevauchement entre le CALQ et la SODEC.

Les arts médiatiques sont conçus et réalisés par des créateurs indépendants :

Un créateur indépendant détient tout le contrôle artistique et éditorial sur chaque étape de la réalisation de son œuvre jusqu'à la version finale. La majeure partie du temps, le créateur est également le scénariste et le producteur de son œuvre et plusieurs créateurs agissent également comme caméraman/woman, directeur photo, monteur image et/ou monteur son sur leurs productions. En réalité, ces créateurs ont, par conséquent, le contrôle financier sur leurs œuvres. Ce n'est qu'à l'étape de la diffusion ou de la distribution qu'ils concluent des ententes de distribution avec une tierce partie.

La discipline des arts médiatiques comprend trois pratiques, lesquelles possèdent de multiples facettes :

- Cinéma indépendant : animation, fiction, documentaire, docu-fiction, expérimentale ;
- Vidéo indépendante : vidéo d'art, vidéo d'intervention sociale, documentaire, fiction, installation ;
- Nouveaux médias : cédérom et dvd d'œuvre unique, art web, art réseau, art interactif, art robotique et technologique, art audio, création sonore.

L'EXAMEN COMPARATIF DES MANDATS ET DES PROGRAMMES DU CALQ ET DE LA SODEC

Bien qu'un peu fastidieux, l'examen comparatif des mandats et des programmes du CALQ et de la SODEC qui suit démontrera plutôt que le Conseil des arts et des lettres du Québec axe tous ses programmes sur l'ensemble de démarches entourant la création et le rayonnement des œuvres en arts médiatiques, s'efforçant de suivre l'évolution des arts médiatiques et de soutenir ses pratiquants au meilleur de ses trop faibles moyens. L'aide versée par le CALQ dans tous ses volets est attribuée à titre de subvention.

La SODEC, d'autre part, révisé ses programmes de production cinématographique et télévisuelle chaque année en inscrivant davantage de contraintes et de restrictions dans les volets de programmes dédiés aux créateurs indépendants en cinéma, réduisant ainsi leur accès aux aides, tout en élargissant les modalités d'aide aux producteurs privés et au cinéma industriel. Toutes les aides de scénarisation et de production de la SODEC sont attribuées à titre d'investissements récupérables.

LE MANDAT DU CALQ⁴

Le Conseil des arts et des lettres du Québec est une société d'État consacrée au développement et à la diffusion des arts. C'est par l'entremise du Conseil des arts et des lettres du Québec que le gouvernement québécois offre son soutien aux artistes professionnels et aux organismes culturels sans but lucratif. Le Conseil a pour mandat principal de soutenir, dans toutes les régions du Québec, la création, l'expérimentation et la production dans les domaines des arts visuels, des métiers d'art, de la littérature, du théâtre, de la musique, de la danse, des arts multidisciplinaires, de la chanson, des arts du cirque, des arts médiatiques et de la recherche architecturale et d'en favoriser le rayonnement au Québec, au Canada et à l'étranger. Il a aussi pour objet de soutenir le perfectionnement des artistes professionnels. Le Conseil est appelé à donner à la ministre de la Culture et des Communications son avis sur toute question relative à sa compétence.

Enfin, le Conseil a le pouvoir de créer des concours en vue de décerner des prix à l'excellence artistique et de gérer, avec l'autorisation du gouvernement et aux conditions que ce dernier détermine, tout programme d'aide financière que lui confiera un ministère ou un organisme public, de recevoir des dons, legs, subventions ou autres contributions en faveur du développement des arts et des lettres au Québec dans l'exercice de ses attributions.

LE MANDAT DE LA SODEC⁵

CHAPITRE II

OBJETS ET POUVOIRS

17. La Société a pour objets de promouvoir et soutenir, dans toutes les régions du Québec, l'implantation et le développement des entreprises culturelles, y compris les médias, et de contribuer à accroître la qualité des produits et services et la compétitivité de ceux-ci au Québec, dans le reste du Canada et à l'étranger.

18. La Société peut accorder, dans le cadre de son plan d'activités et aux conditions qu'elle détermine, une aide financière au moyen :

⁴ <http://www.calq.gouv.qc.ca/fr/corporatif/loimandat.htm>

⁵ http://www.sodec.gouv.qc.ca/societe/f_societe.htm

- 1° d'un prêt ;
- 2° d'une garantie de remboursement total ou partiel à l'égard d'un engagement financier;
- 3° d'un investissement fondé sur l'expectative de rentabilité d'un projet ou d'une entreprise, en échange d'une participation aux bénéfices, de redevances ou de toute autre forme de compensation ;
- 4° d'une subvention ;
- 5° d'une aide remboursable en partie compte tenu des revenus, le cas échéant ;
- 6° de toute autre forme d'aide autorisée par le gouvernement.

Néanmoins, une subvention, une aide remboursable en partie ou un prêt de faveur, à savoir un prêt à un taux d'intérêt inférieur au taux qui a cours sur le marché ou avec un congé temporaire d'intérêt, ne peut être accordé que dans le cadre de programmes d'aide financière de la Société.

ANALYSE

À la lecture de ces deux mandats, on remarque immédiatement que le CALQ a pour mission première le soutien de l'artiste professionnel dans sa démarche artistique et professionnelle (toutes disciplines confondues) et le soutien d'organismes artistiques de production, de diffusion et de représentation sans but lucratif qui constituent le réseau de création/production/diffusion des disciplines respectives.

Par contre, la SODEC a pour objet l'implantation et le développement des entreprises culturelles, y compris les médias, et vise à contribuer à accroître la qualité des produits et services et la compétitivité de ceux-ci au Québec, dans le reste du Canada et à l'étranger.

Force est de constater que l'on est devant deux orientations très différentes. Le CALQ soutient le processus de création de l'artiste professionnel et son cheminement dans sa carrière artistique, et envisage la diffusion de l'œuvre une fois terminée en tant que diffusion d'une œuvre d'art sans expectative de retour sur la subvention accordée. Ses seules attentes se situent au niveau du soutien de l'artiste dans son cheminement professionnel de création, de la diffusion des œuvres auprès d'un large public afin de sensibiliser la population aux œuvres de création québécoises et de maintenir le rôle de l'État dans son mandat d'offrir aux citoyens l'accès aux œuvres d'art à forte valeur culturelle et identitaire. La SODEC soutient le développement d'entreprises qui créent des produits ou des services lesquels peuvent concurrencer d'autres produits et services de même nature sur un ou plusieurs marchés et entretient des expectatives de rentabilité et de retour sur l'investissement consenti selon différents couloirs de récupération.

Comme la SODEC l'énonce dans son site, elle est un partenaire dans la production des entreprises tandis que le CALQ s'affirme dans son mandat de soutien et du rayonnement des œuvres d'art. Que l'on oublie pas que si le cinéma a été reconnu comme le 7^e art, cette appartenance à la création artistique est sans cesse minée par l'hégémonie de la philosophie américaine qui réduit cet art à une industrie de produits et de services du divertissement. Cette vision uniquement mercantile du cinéma résulte dans l'appauvrissement du calibre, de l'authenticité et de l'originalité des œuvres à plus ou moins brève échéance car les œuvres ne sont plus vues que comme autant de produits de consommation.

Les mandats du CALQ et de la SODEC n'ont qu'une seule similitude, celle du soutien et encore là, comme on verra plus loin, les modalités de soutien du CALQ et de la SODEC, bien que conséquentes avec leurs mandats respectifs sont non seulement aux antipodes mais quasiment antinomiques.

OBJECTIFS DES PROGRAMMES D'AIDE EN ARTS MÉDIATIQUES AU CALQ

Programme 2002-2003

Objectifs du programme

- Favoriser la recherche et la création en permettant aux artistes de disposer des ressources nécessaires à la création d'œuvres et à la réalisation de différentes activités liées à leur démarche artistique et ce, tout au long de leur carrière ;
- accorder aux artistes la possibilité de contribuer au développement de leur champ disciplinaire par l'exploration des ressources et des technologies de pointe ; faciliter les activités de création pouvant conduire à la production et à la diffusion ;
- stimuler l'évolution de la carrière des artistes en leur permettant de participer à des activités de perfectionnement ;
- favoriser le ressourcement par l'accès à des endroits conçus spécifiquement pour la pratique des arts dans des milieux reconnus pour leur vie culturelle intense ou différents du milieu de vie habituel.

OBJECTIFS DES PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE DE LA SODEC

Pour permettre à notre télévision de rayonner à travers le monde et à notre cinéma de séduire un public sans cesse plus vaste, la SODEC :

- Contribue financièrement à l'écriture de scénarios originaux, diversifiés et de qualité.
- Met en place les conditions nécessaires au parachèvement de ces scénarios afin qu'ils soient ultérieurement portés à l'écran.
- Soutient la production de courts, moyens et longs métrages de fiction, de téléfilms, de miniséries dramatiques et d'œuvres documentaires.
- Favorise l'émergence de nouveaux talents.
- Soutient la promotion et la diffusion de la production cinématographique et télévisuelle québécoise.
- Soutient les entreprises du Québec qui exploitent des salles de cinéma.
- Soutient la promotion des films étrangers peu diffusés. Encourage la tenue de festivals, événements et activités promotionnelles qui valorisent le cinéma et la production télévisuelle.
- Soutient la relève et intègre les jeunes créateurs dans les circuits réguliers de la production cinématographique et télévisuelle.

Les outils d'intervention de la SODEC sont développés en concertation avec le milieu de la culture. Utilisés à la pièce ou en complémentarité, ils contribuent à la consolidation d'entreprises et à la réalisation de projets prometteurs.

OBJECTIFS DES PROGRAMMES D'AIDE À LA PRODUCTION MULTIMÉDIA DE LA SODEC

La SODEC n'a pas de programmes pour les créateurs en nouveaux médias. Le seul programme existant qui traite du multimédia est un programme pour stimuler l'émergence de travailleurs dans l'industrie du multimédia et de faciliter leur intégration dans des entreprises de multimédia. Il est donc nécessaire de prendre connaissance des objectifs de ce programme également.

*Programme Québec multimédia jeunesse
En vigueur le 1er avril 2002*

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Ce programme vise à augmenter l'employabilité et à assurer une intégration rapide des jeunes dans le domaine du

multimédia et des technologies de l'information, et ce, en leur permettant de développer leurs compétences aux différentes étapes d'une réalisation multimédia ou en leur offrant la possibilité de faire un stage spécialisé dans la mise en marché de ce nouveau type de produit. Le programme vise également à aider de jeunes diplômés à acquérir des compétences en pratique commerciale par de la formation ou des missions commerciales.

ANALYSE

L'objectif des programmes du CALQ vise le développement de l'artiste sans apporter au préalable un pré-requis de la valeur commerciale de l'œuvre ou du processus de création. Le CALQ met plutôt l'emphasis sur le développement artistique du créateur, son ressourcement et la contribution que son exploration et cheminement peut avoir sur sa pratique artistique et sur sa discipline.

La SODEC a peu de préoccupations pour la démarche artistique ou le ressourcement d'un créateur à moins que cela ne contribue à la compétitivité ou à la rentabilité du produit. La SODEC est plutôt axée sur la production d'œuvres concurrentielles sur un marché donné. Même sa préoccupation face aux jeunes créateurs se situe davantage sur l'intégration du jeune créateur « dans les circuits réguliers de la production cinématographique et télévisuelle », c'est-à-dire son intégration à l'industrie. Les programmes d'aide à la production de la SODEC ne soutient ni le cinéma expérimental, ni le cinéma d'animation ni toute œuvre relevant de la pratique de la vidéo ni la création en nouveaux médias.

L'écart entre les programmes du CALQ et de la SODEC s'élargit encore plus lorsqu'on prend connaissance des clientèles visées par chaque organisme. On lira ci-dessous les candidats visés par les bourses aux artistes professionnels de « Type A et B ».

CLIENTÈLE DU CALQ

Candidats visés

Ce programme s'adresse aux artistes professionnels et, dans certains cas, à des collectifs d'artistes professionnels des arts médiatiques.

Aux fins de ce programme, les arts médiatiques comprennent le cinéma, la vidéo et les nouveaux médias appliqués à des œuvres de fiction, documentaires ou expérimentales.

La Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature (L.R.Q., c. S-32.01) et la Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma (L.R.Q., c. S-32.1) désignent ainsi un artiste professionnel : tout artiste qui, ayant acquis sa formation de base par lui-même ou grâce à un enseignement ou les deux, crée ou interprète des œuvres pour son propre compte, possède une compétence reconnue par ses pairs dans sa discipline et signe des œuvres qui sont diffusées dans un contexte professionnel.

Dans le domaine des arts médiatiques, le contexte professionnel désigne des lieux et des organismes principalement voués à la diffusion. Il peut s'agir de centres d'artistes, de centres d'exposition, de musées, de galeries d'art, de ciné-clubs, de festivals et de concours autres que ceux réservés à la production étudiante ou d'autres lieux ou organismes de diffusion reconnus. La participation à des événements ou des festivals où la sélection des participants est faite par des professionnels des arts médiatiques est reconnue. Les œuvres réalisées dans le cadre d'études spécialisées ou d'études universitaires diffusées dans un contexte professionnel sont prises en compte lors de l'analyse du dossier.

Un collectif désigne un groupe d'artistes, quel qu'en soit le nombre. Chaque membre du groupe doit être un artiste professionnel tel que défini ci-dessus et répondre aux conditions d'admissibilité du programme. Un membre doit représenter le groupe à titre de coordonnateur et le groupe ne doit pas avoir reçu, collectivement, de subventions pour le même projet dans le cadre d'autres programmes du Conseil durant un même exercice financier.

Les collectifs permanents doivent toujours être représentés par le même coordonnateur à moins de circonstances exceptionnelles.

Un groupe légalement constitué n'est pas admissible à ce programme.

CLIENTÈLE DE LA SODEC

21. Seules sont admissibles à une subvention, une aide remboursable en partie ou un prêt de faveur en application d'un programme de la Société, les entreprises culturelles dont les activités portent principalement sur le cinéma, la production télévisuelle, le disque, le spectacle de variétés, le livre, l'édition spécialisée ou les métiers d'art.

Dans les domaines du cinéma et de la production télévisuelle, sont également admissibles à une subvention les personnes physiques même si elles exercent seules une activité.

ANALYSE

Le CALQ est très précis dans les paramètres d'admissibilité des candidats ; ils sont des artistes professionnels en vertu de deux lois promulguées par l'Assemblée nationale ; ils sont des travailleurs autonomes qui déposent une demande en leur nom propre en tant qu'artiste professionnel dans le but de poursuivre leur démarche artistique dans les pratiques énumérées. Les deux composantes de la bourse (frais de production et frais de subsistance) sont imposables et le boursier n'a droit à aucun crédit d'impôt relié à ces bourses.

Dans le cas de la SODEC, les programmes font prioritairement appel aux entreprises ou à des personnes physiques constituées en entreprise (immatriculées ou incorporées), même si elles exercent seule une activité.

AIDE À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE, VIDÉOGRAPHIQUE ET NOUVEAUX MÉDIAS DU CALQ

Au CALQ, il n'y a qu'un seul programme d'aide à la recherche et à la création en arts médiatiques – toutes pratiques confondues - le Volet 1. Le niveau d'aide est régi par le nombre d'années de pratique artistique à titre d'artiste professionnel. Le boursier n'a pas besoin d'avoir conclu une entente au préalable avec un diffuseur ou un distributeur dans le cas de la production ou de la scénarisation.

Selon l'édition du janvier 2002 de la publication « Constats du CALQ »⁶, en 1999-2000, la section des Arts médiatiques a reçu 346 demandes et a pu accorder une réponse favorable à 98 demandes pour un taux de réponse de 28,3 % pour un bassin total estimé à environ 1 500 artistes. En 1999-2000, 91,1 % des artistes boursiers en arts médiatiques avait pour principale occupation leur pratique artistique.

L'édition de mai 2002 du « Constats du CALQ »⁷, offre un tableau faisant part de l'évolution des bourses octroyées aux artistes en arts médiatiques tous volets confondus de Type A et B (recherche et création, programme d'artiste en résidence, perfectionnement) :

Secteur/discipline	1995-1996		1998-1999		2000-2001	
	Nbre de demandes	Montant total	Nbre de demandes	Montant total	Nbre de demandes	Montant total
Arts médiatiques	53	497 353 \$	74	779 480 \$	115	1 119 710 \$

*Volet 1
Recherche et création*

Ce volet vise à soutenir financièrement la recherche et la création d'œuvres en permettant aux artistes de réaliser des projets qui favoriseront l'évolution de leur démarche artistique.

Conditions d'admissibilité

Sont admissibles à ce volet, les artistes et les collectifs d'artistes dont le projet correspond à la définition de production indépendante.

L'artiste ou chaque membre du collectif doit démontrer de quelle façon son projet s'inscrit dans sa démarche artistique, et en quoi sa réalisation a des effets sur l'ensemble de son œuvre et de sa carrière.

Montant des bourses

Bourses de type A : Montant maximum: 35 000 \$

Bourses de type B : Montant maximum: 25 000 \$

Types de projets admissibles

Projets de création, incluant la recherche préliminaire, le développement, l'écriture ou la réécriture d'un scénario et les expérimentations techniques ; réalisation d'œuvres, incluant la préproduction (repérage, essais d'effets spéciaux et de sonorisation, distribution des rôles et répétitions), le tournage et le montage ; création d'œuvres de fiction, documentaires, expérimentales et d'animation pour le cinéma et la vidéo ; pour les nouveaux médias, les œuvres à caractère narratif ou conceptuel intégrant les nouvelles technologies des communications.

Types de projets non admissibles

Projets destinés spécifiquement à la télévision; pour l'ensemble des projets, toutes les étapes ultérieures à la réalisation de la copie finale d'une œuvre, tels la fabrication de copies d'exploitation, le matériel promotionnel et la diffusion de l'œuvre ; pour le cinéma ou la vidéo, les projets d'ordre publicitaire ou promotionnel, scientifique ou industriel, didactique ou éducatif ainsi que les commandes télévisuelles ; pour les nouveaux médias, les projets

⁶ <http://www.calq.gouv.qc.ca/fr/corporatif/statistique/constats.htm>

⁷ <http://www.calq.gouv.qc.ca/fr/corporatif/statistique/constats.htm>

d'ordre publicitaire ou promotionnel, scientifique ou industriel, didactique, éducatif ou touristique; achat d'équipement spécialisé, sauf celui qui est nécessaire au projet et qui ne peut être loué ou dont le coût d'achat serait

inférieur au coût de location. Des pièces justificatives devront être fournies.

Projets de recherche universitaire ou ceux pouvant être admissibles à un programme de bourses ou de subventions d'un autre organisme tel le Fonds québécois de la recherche sur la société et la culture (FORSC) ou le Conseil de recherche en sciences humaines (CRSH); projets portant sur la réalisation de recherches, et la rédaction d'articles, de critiques et de documents didactiques ou pédagogiques ; essais sur les arts médiatiques. Ces projets sont toutefois admissibles aux bourses en littérature.

Critères d'évaluation

La qualité du travail artistique ; l'intérêt et la pertinence de l'intention de travail de l'artiste par rapport à sa démarche et à l'évolution de son œuvre ; l'intérêt de la recherche et de l'expérimentation par rapport à la discipline et à la démarche de l'artiste; l'apport de l'artiste à sa discipline ou son rayonnement dans sa communauté ; le réalisme des prévisions budgétaires et la faisabilité du projet; la clarté du projet et la qualité de la présentation de la demande.

Frais admissibles

Frais de subsistance du demandeur jusqu'à un maximum de 1 700 \$ par mois ; frais de recherche ; frais de réalisation tels que l'achat de matériaux, la location d'équipement, les frais découlant de contrats de service et autres ; certains frais de déplacement ; frais de séjour maximum de 125 \$ par jour au Canada et 200 \$ par jour à l'extérieur du Canada jusqu'à concurrence de 15 jours.

Ces frais sont applicables à chaque membre d'un collectif pour autant qu'ils soient intégrés au montant de la bourse.

AIDE À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE DE LA SODEC

L'aide à la production cinématographique de la SODEC se répartit à travers plusieurs volets reliés aux étapes d'une œuvre : aide à la scénarisation, aide à la production, aide aux jeunes créateurs, aide à la diffusion. Les volets d'aide à la scénarisation et à la production possèdent un programme réservé aux entreprises du secteur indépendant. L'aide aux jeunes créateurs est concentrée dans un programme spécifique.

Cependant, tel qu'indiqué plus haut, la SODEC n'a aucun programme d'aide consacré à la production de l'art vidéo peu importe le genre ni ne reconnaît comme admissible le cinéma expérimental ou le cinéma d'animation et tous les montants attribués dans le cadre des aides à la scénarisation et à la production sont des investissements consentis à des entreprises (incorporées ou immatriculées).

AIDE À LA SCÉNARISATION

L'actuel programme d'aide à la scénarisation de la SODEC est en vigueur depuis le 1^{er} avril 2002. Il existe deux volets dont un volet (1) d'aide pour recevoir les demandes des scénaristes et des scénaristes-réalisateurs d'expérience et un volet (2) pour recevoir les demandes des entreprises du secteur indépendant (2.3) et du secteur privé (2.2). Ce volet, le volet 1 n'est maintenant ouvert qu'aux scénaristes et scénaristes-réalisateurs « d'expérience ». On apprend plus loin que ces candidats sont évalués selon leur parcours professionnel et leur aptitude à exercer leur profession. Dans les conditions particulières du programme, on apprend que les créateurs

sollicités par ce volet d'aide « ont déjà vu quelques-unes de leurs œuvres portées à l'écran au cours des dix dernières années, dont au moins une œuvre de même catégorie (fiction ou documentaire) et de même format (court, moyen ou long métrage) que celle pour laquelle ils requièrent une participation financière».

À la rubrique « Participation financière », il est dit que la nature de ce volet d'aide sélective consiste en un investissement dont les modalités et l'échéancier des versements sont négociés avec le scénariste ou le scénariste – réalisateur au moment de l'élaboration du contrat. Le montant de l'investissement peut atteindre un montant maximal de 10 000 \$ sauf dans le cas du long métrage (fiction ou documentaire) pour lequel le montant peut aller jusqu'à 15 000 \$.

Le volet 2.3 reçoit les demandes des entreprises du secteur indépendant. Ce volet d'aide consiste également en un investissement dont le montant maximal, dans le cas d'une œuvre unique, s'établit généralement à 50 % des frais admissibles pour un montant maximal de 10 000 \$ et peut atteindre 15 000 \$ dans le cas d'un projet admissible à la rémunération du producteur. Dans le cas d'une ministériel ou d'une série documentaire, l'investissement de la SODEC s'établit généralement à 50 % des frais admissibles jusqu'à concurrence d'un montant maximal de 20 000 \$.

Dans le cas d'une entreprise détenue par le scénariste, le montant maximal de l'investissement de la Société tient compte des montants déjà obtenus par le scénariste au volet 1.

AIDE À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Volet 1.2 - Aide au long métrage de fiction

Ce volet s'applique au long métrage de fiction produit par une entreprise du secteur indépendant de la production sous forme de participation financière sous forme d'investissement remboursable. La demande doit être accompagnée d'une stratégie de distribution et les demandes accompagnées d'une lettre d'intérêt d'un distributeur sont privilégiées.

Volet 2 – Aide à la production de courts métrages de fiction

Ce volet d'aide est ouvert aux projets soumis par le secteur indépendant. Il favorise le court métrage de 10 minutes et moins pour lequel une diffusion en complément de programme d'un long métrage de fiction en salles commerciales est possible, des projets cohérents aux plans artistiques et financiers ainsi qu'en fonction du ou des publics auxquels ils sont destinés, et requiert une stratégie de diffusion.

Volet 4 – Aide à la production de documentaires

Ce volet accueille des demandes pour la production de documentaires, toutes durées et tous formats confondus, déposées par le secteur privé et le secteur indépendant. C'est uniquement dans ce volet que les projets de documentaires indépendants d'auteur peuvent être déposés. L'entreprise du secteur privé et du secteur indépendant doit avoir obtenu, préalablement au dépôt de sa demande, l'engagement financier d'un télédiffuseur admissible dans la production du projet. Or, l'obligation d'avoir un engagement d'un télédiffuseur teinte le documentaire d'auteur qui porte l'étiquette « auteur » car il doit se restreindre aux durées imposées par la télédiffusion et à la facture d'une œuvre documentaire favorisée par les télédiffuseurs.

ANALYSE

Le CALQ et la SODEC ont des modes d'attribution de l'aide très différents l'un de l'autre. Le CALQ octroie des bourses aux plafonds fixes (35 000 \$ et 25 000 \$) selon le niveau de carrière des créateurs (A ou B) et n'exige pas qu'un créateur développe son scénario entouré d'un scénariste – conseil ou d'un producteur – conseil. La SODEC exige également du demandeur qu'il ait réalisé une œuvre du même format et de la même durée que celui du projet de scénarisation soumis. Cependant, on dit vouloir développer de nouveaux talents... Il semble y avoir une contradiction de taille ! Dans le cas de la production d'une œuvre, le CALQ n'exige pas la preuve d'un pré-achat d'un télédiffuseur ou d'une entente avec un distributeur pour la distribution de son œuvre ; il n'a pas non plus besoin de soumettre un plan de mise en marché ou une stratégie de diffusion. Son dossier est évalué en fonction du calibre de ses œuvres antérieures, de son cheminement artistique et de sa contribution à la discipline artistique par un jury de pairs. Il n'a pas besoin de se constituer en entreprise (incorporée ou immatriculée) pour se rendre admissible.

LA BOURSE EST OCTROYÉE À UN ARTISTE PROFESSIONNEL, NON À UNE ENTREPRISE.

SA CRÉATION EST TRAITÉE COMME UNE ŒUVRE ARTISTIQUE, PAS COMME UN PRODUIT.

Malgré le fait que la SODEC ait ouvert des volets d'aide à la scénarisation et à la production au secteur indépendant, ils s'adressent aux entreprises (incorporées ou immatriculées) et déclinent la même logique que les volets d'aide au secteur privé. Certains volets d'aide favorisent une durée, d'autres imposent le pré-achat d'un télédiffuseur et tous, bien que préoccupés par l'originalité, la diversité et la qualité de l'œuvre, requièrent un lien avec le marché... Le film doit se défendre artistiquement, mais plaire également au plus grand nombre. Cependant, les montants attribués au long métrage sont toujours moindres à l'exception du documentaire.

Les programmes d'aide de la SODEC sont conformes à son mandat, mais un créateur d'une œuvre d'animation ou expérimentale ou encore un vidéaste n'est éligible à aucune aide de cette société d'État. Les entreprises du secteur indépendant ne peuvent recevoir aucun soutien pour le développement et ne peuvent donc pas investir dans des projets de créateurs talentueux. Aussi, la prime à la continuité qui soutenait un créateur reconnu a été abolie, ce qui empêche le développement.

PROGRAMME D'AIDE AUX JEUNES CRÉATEURS DE LA SODEC

La SODEC a un programme d'aide consacré aux jeunes créateurs – scénaristes, réalisateurs, producteurs – âgés de 18 à 35 ans qui vise « à soutenir la relève, et à intégrer les jeunes créateurs dans les circuits réguliers de la production cinématographique et télévisuelle ».

Parmi les conditions générales d'admissibilité, on note que les projets de production cinématographique et télévisuelle à l'étape de la scénarisation et de la production sont reçus ainsi que des demandes en distribution. Les demandes en production et en distribution doivent être présentées par une entreprise québécoise, soit du secteur indépendant ou du secteur privé. Uniquement une demande en scénarisation peut être déposée par un individu.

Toute forme de participation financière dans les volets de scénarisation et de production de ce programme est consentie à titre d'investissement récupérable :

- « si la Société participe à la production, l'investissement à la scénarisation est intégré à l'investissement à la production ;
- « si la Société ne participe pas à la production, l'investissement à la scénarisation est remboursable au premier jour de tournage de l'œuvre. »

En plus de la récupération de l'investissement selon différents couloirs, il est également stipulé que la SODEC participe aux profits générés par la production.

Volet 1 – Aide à la scénarisation

À la rubrique « Évaluation de projets » dans la présentation du programme d'aide aux jeunes créateurs, parmi les éléments étudiés lors de l'évaluation, on analyse plus spécifiquement « l'expérience des participants... », alors qu'un des objectifs de l'aide à la scénarisation est « d'encourager l'émergence de nouveaux scénaristes et de nouveaux scénaristes-réalisateurs, ainsi que la collaboration entre ces jeunes créateurs et des conseillers expérimentés ». Aussi, ce volet est ouvert autant aux individus, scénaristes et réalisateurs-scénaristes, qu'aux entreprises du secteur privé ou du secteur indépendant de la production.

Volet 2 – Aide à la production

Volet 2.1 Court et moyen métrage, documentaire ou de fiction

Ce volet s'adresse uniquement aux entreprises du secteur indépendant ou du secteur privé (immatriculées ou incorporées), pas aux créateurs à titre d'artistes professionnels du cinéma. De plus, on annonce que la « Société favorise le court métrage de moins de 10 minutes pour lequel une diffusion en salles commerciales est possible. Chaque demande de participation financière doit être accompagnée d'une stratégie de mise en marché. L'aide est consentie sous forme d'investissement sauf dans le cas du projet pilote de soutien à la production numérique de courts métrages où l'aide sélective est une contribution.

Volet 2.2 Long métrage, documentaire ou de fiction

Pour être éligible, un cinéaste demandeur doit avoir déjà réalisé au moins une œuvre cinématographique ou télévisuelle. Ce volet ne s'adresse encore qu'aux entreprises des secteurs privé et indépendant (incorporées ou immatriculées) et consiste en un investissement.

Volet 3 – Aide à la distribution

Ce volet s'adresse à des entreprises de distribution (OBL). « La Société accorde la priorité aux productions dans lesquelles elle a investi, et qui sont mises en marché par des entreprises de distribution reconnues ».

Dans la section « Définitions », on apprend que la Société considère comme entreprise québécoise éligible, une entreprise à capital-actions, ce qui exclut automatiquement tous les distributeurs indépendants du volet d'aide à la distribution car ils sont tous des organismes sans but lucratif, incorporés sous la 3^e partie de la Loi des compagnies.

ANALYSE

Ce programme annonce ses couleurs. Il n'y a aucune préoccupation artistique ; on cherche à former une relève susceptible d'intégrer les circuits réguliers de la production cinématographique et télévisuelle. Tous les montants de participation financière consentis le sont sous forme d'investissement. Seule, l'aide financière accordée à la distribution n'est pas remboursable et cette aide est consentie uniquement à une entreprise à but lucratif, ce qui exclut les distributeurs indépendants en arts médiatiques (Cinéma Libre, GIV, Vidéographe, VidéoFemmes).

AIDE À LA PRODUCTION EN NOUVEAUX MÉDIAS DE LA SODEC

La SODEC n'a aucun programme d'aide consacré à la production de nouveaux médias. Seul existe le Programme Québec multimédia jeunesse qui a pour but d'augmenter l'employabilité, d'assurer une intégration rapide des jeunes dans le domaine du multimédia et des technologies de l'information et d'aider de jeunes diplômés à acquérir des compétences en pratique commerciale par de la formation ou des missions commerciales. Ce programme possède trois volets, tous conformes aux visés mentionnés ci-haut.

CONDITIONS GÉNÉRALES D'ADMISSIBILITÉ

Dans le cas d'un individu, celui-ci doit répondre aux critères suivants :
avoir entre 18 et 35 ans inclusivement; Le candidat doit avoir au plus 35 ans au 31 décembre de l'année en cours ;
avoir la citoyenneté canadienne ou un permis de travail valide ;
résider au Québec.

Dans le cas d'une entreprise, celle-ci doit satisfaire aux exigences suivantes :
être légalement constituée;
avoir son siège ou son principal établissement au Québec;
être en activité depuis au moins deux ans;
être spécialisée dans la production de contenus multimédias;
doit assumer une partie de la rémunération du jeune créateur.

NATURE DE L'AIDE

L'aide est accordée sous forme de subvention.

LES VOLETS DU PROGRAMME

Volet 1
SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT EN MULTIMÉDIA

OBJECTIFS

Ce volet vise à soutenir financièrement le développement de produits originaux et diversifiés et à appuyer les jeunes créateurs en multimédia et en technologies de l'information dans une perspective de développement de l'expertise québécoise en ce domaine.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

Le demandeur doit être un jeune créateur, travailleur autonome dans le domaine du multimédia et des technologies de l'information. Il ne doit pas déjà avoir un emploi dans une entreprise du multimédia et des technologies de l'information.

TYPE DE PROJETS ATTENDUS

Pour ce volet, les projets doivent être conçus en prévision de la réalisation d'un produit multimédia interactif. Le produit final envisagé pour une étape ultérieure devra être édité sur un support électronique, être régi par un logiciel permettant l'interactivité et comporter un volume appréciable d'information dans trois des quatre catégories suivantes : texte, son, images fixes et images animées. Les projets doivent être innovateurs et originaux et peuvent exploiter, notamment, les domaines de la culture et du divertissement.

Ces projets doivent avoir en priorité un potentiel commercial. Un cédérom, par exemple, doit être destiné à la vente dans un réseau de distribution; un produit Internet doit être destiné à une distribution par un diffuseur Web.

Pourront également être admissibles les projets qui ne sont pas nécessairement conçus à des fins commerciales, mais dont le contenu créatif et culturel ou les innovations technologiques présentent un grand intérêt.

EXCLUSIONS

De manière générale, les projets suivants ne sont pas admissibles : les services de communication interprofessionnelle (vidéoconférences, babillards électroniques, forums de discussion, etc.); les services transactionnels (télé-achat, centres commerciaux virtuels, billetteries électroniques, systèmes de paiements en ligne, etc.); les projets destinés à présenter une entreprise ou à promouvoir ses produits et ses services; les projets encourageant la violence, le sexisme, la discrimination ou faisant de la propagande de toute sorte; les jeux destinés au marché des salles de jeux électroniques.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Le comité d'évaluation prendra en considération les éléments suivants : le dossier du candidat (scolarité, aptitudes, réalisations); la qualité du contenu ; l'originalité du modèle interactif ; la pertinence du projet au regard de l'objectif de développement de l'employabilité; la valeur culturelle du projet ; la planification du projet, notamment la clarté de la description ; le potentiel commercial du produit final.

ÉVALUATION DES DEMANDES

Les projets admissibles au volet 1 seront soumis à un comité d'évaluation externe composé de spécialistes du multimédia et des technologies de l'information et présidé par un représentant de la SODEC.

OBJET ET NATURE DE L'AIDE

L'aide s'applique aux différentes activités entourant le développement du projet, à savoir : l'analyse des besoins, la description du contenu, le développement du concept, l'élaboration de l'arborescence, les principes de navigation, la définition des objectifs de communication, le design des principaux écrans et des outils de navigation, l'élaboration d'un budget de réalisation ainsi que la production d'une maquette pouvant conduire à la réalisation du produit multimédia au volet 2.

Pour ce faire, les candidats bénéficient de l'encadrement de l'Alliance numériQC avec qui la SODEC a signé une entente à cet égard pour toute la durée du projet.

AIDE FINANCIÈRE

L'aide accordée consiste en une subvention maximale de 15 000 \$. Elle sera versée par tranches sur acceptation des biens livrables prévus conformément à l'échéancier de réalisation. Une somme de 5 000 \$ est également réservée pour payer des honoraires professionnels. Les honoraires remboursables couvrent les deux grandes catégories suivantes : les avis professionnels ; les frais associés à la production du document et des maquettes.

De plus, un montant maximal de 2 000 \$ en frais de déplacements sera octroyé pour les candidats à l'extérieur de la région de Montréal.

Volet 2

Soutien à la production en multimédia

OBJECTIFS

Ce volet vise à favoriser la production de nouveaux contenus multimédias réalisés par des jeunes créateurs en collaboration avec des entreprises du secteur. Il vise également à soutenir certaines activités de précommercialisation.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

La demande doit être présentée conjointement par le jeune créateur et par l'entreprise.

Le jeune créateur doit être un travailleur autonome dans le domaine du multimédia et des technologies de l'information. Il ne doit pas déjà avoir un emploi dans une entreprise du multimédia et des technologies de l'information.

DURÉE DU PROJET

Un projet réalisé dans le cadre du volet 2 ne peut excéder 12 mois.

TYPE DE PROJETS ATTENDUS

Le produit multimédia devra être édité sur un support électronique, être régi par un logiciel permettant l'interactivité et comporter un volume appréciable d'information dans trois des quatre catégories suivantes : texte, son, images fixes et images animées. Les projets doivent être innovateurs et originaux et peuvent exploiter, notamment, les domaines de la culture et du divertissement.

Ces projets doivent avoir un potentiel commercial. Un cédérom, par exemple, doit être destiné à la vente dans un réseau de distribution; un produit Internet doit être destiné à une distribution par un diffuseur Web.

Pourront également être admissibles les projets qui ne sont pas nécessairement conçus à des fins commerciales, mais dont le contenu créatif et culturel ou les innovations technologiques présentent un grand intérêt.

La version originale du projet doit être réalisée en français. Toute version dans une langue autre que le français devra être conforme aux exigences de l'Office de la langue française.

EXCLUSIONS

De manière générale, les projets suivants ne sont pas admissibles :

les services de communication interprofessionnelle (vidéoconférences, babillards électroniques, forums de discussion, etc.) ; les services transactionnels (télé-achat, centres commerciaux virtuels, billetteries électroniques, systèmes de paiements en ligne, etc.) ; les projets destinés à présenter une entreprise ou à promouvoir ses produits et services ; les projets encourageant la violence, le sexisme, la discrimination ou faisant de la propagande de toute sorte ; les jeux destinés au marché des salles de jeux électroniques.

CRITÈRES D'ÉVALUATION

Le comité d'évaluation prendra en considération les éléments suivants :

le dossier du (des) candidat(s) : scolarité, aptitudes, réalisations ; le portrait global de l'entreprise : réalisations, capacité de gestion ; la description du projet : synopsis, originalité du modèle interactif, qualité des éléments déjà produits, le réalisme du projet au regard des coûts et de l'échéancier ; le potentiel commercial du produit.

ÉVALUATION DES DEMANDES

Les projets admissibles au volet 2 seront soumis à un comité d'évaluation externe composé de spécialistes du multimédia et des technologies de l'information et présidé par un représentant de la SODEC.

OBJET ET NATURE DE L'AIDE

Le volet 2 permet à deux candidats de travailler en entreprise à la production du projet. Outre le jeune créateur qui aura la responsabilité de diriger le projet, le deuxième candidat pourra travailler comme programmeur, infographiste, illustrateur, animateur 2D et 3D, etc.

Les frais admissibles comprennent :

le salaire du jeune créateur qui participera de près à la réalisation du projet ; le salaire du deuxième travailleur s'il y a lieu ; certaines dépenses liées directement aux activités de précommercialisation du produit (ex. : les coûts de traduction et de graphisme pour le manuel de l'utilisateur et pour l'emballage, l'impression des boîtiers, la conception de publicité pour Internet, etc.).

Les jeunes créateurs bénéficient de l'encadrement de l'Alliance numériQC avec qui la SODEC a signé une entente à cet égard pour toute la durée du projet.

AIDE FINANCIÈRE

Le jeune créateur et le deuxième travailleur seront rémunérés par l'entreprise qui recevra une subvention dans le cadre du programme. Le montant de l'aide est déterminé en fonction du nombre de semaines prévues au calendrier de réalisation et le calcul est établi sur la base d'un salaire de 600 \$ par semaine (ou 120 \$ par jour), dont 75 % (450 \$) sont payés par le programme et 25 % (150 \$) par l'entreprise. Pour les besoins du programme Québec multimédia jeunesse, une semaine normale de travail comprend 35 heures.

Le programme subventionne aussi 50 % des coûts afférents aux activités de précommercialisation, jusqu'à concurrence de 5 000 \$ et sur présentation des pièces justificatives.

La rémunération du stagiaire ne doit faire l'objet d'aucune autre forme d'aide.

Une entreprise peut recevoir plus d'une subvention si elle participe à plusieurs projets avec des candidats différents.

STAGES EN COMMERCIALISATION DANS DES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES

OBJECTIFS

Ce volet vise à soutenir financièrement des stages d'emploi en mise en marché dans des entreprises québécoises du secteur du multimédia ainsi que la participation des stagiaires à des activités de formation et à des missions commerciales.

Le but est de permettre aux stagiaires d'améliorer leur connaissance des pratiques commerciales et d'établir des relations d'affaires.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

Le candidat à un stage et l'entreprise devront présenter des demandes distinctes.

L'individu doit :

posséder un diplôme d'études collégiales ou un diplôme universitaire en administration, en marketing ou en communication, et ce, depuis moins de deux ans au moment du dépôt de la demande; ne pas déjà avoir un emploi dans une entreprise du multimédia.

L'entreprise qui désire accueillir un stagiaire doit : avoir un ou des contenus multimédias à commercialiser.

DURÉE DU STAGE

Un stage effectué dans une entreprise ne peut excéder six mois ou 26 semaines.

ÉVALUATION DES DEMANDES

Les projets admissibles au volet 3 seront confiés au Réseau inter-logiQ avec qui la SODEC a conclu une entente concernant les activités d'encadrement et de formation du stagiaire. Le Réseau inter logiQ fera l'analyse des besoins des entreprises, désignera des stagiaires potentiels et les proposera aux entreprises. Celles-ci procéderont ensuite à la sélection de leur stagiaire. Elles élaboreront avec celui-ci un projet de stage qui sera soumis à la SODEC en vue de son acceptation finale. Une fois l'accord obtenu, le Réseau inter-logiQ procédera à l'encadrement et à la formation du stagiaire.

FRAIS ADMISSIBLES

*Les frais admissibles comprennent :
la rémunération du stagiaire pendant six mois ou 26 semaines ; certaines dépenses liées à une mission commerciale (les frais de déplacements, de séjour et d'inscription) ; certaines dépenses liées à une formation de pointe (les frais de déplacements, de séjour et d'inscription).*

AIDE FINANCIÈRE

Le stagiaire sera rémunéré par l'entreprise qui recevra une subvention en vertu du programme. Le calcul de l'aide est établi sur la base d'un salaire de 600 \$ par semaine (ou 120 \$ par jour), dont 60 % (360 \$) sont payés par le programme et 40 % (240 \$) par l'entreprise et ce, pour une durée de 26 semaines.

La rémunération du stagiaire ne doit faire l'objet d'aucune autre forme d'aide.

En ce qui a trait à la participation du stagiaire à une mission commerciale d'envergure internationale ou à une formation de pointe, l'aide financière maximale est de 2 400 \$, et elle sera accordée sur présentation de pièces justificatives.

ANALYSE

Ce programme est dédié au soutien de l'industrie et vise l'injection de ressources humaines et financières dans l'industrie du multimédia. Ce programme ne s'adresse qu'aux jeunes qui veulent se trouver une place dans cette industrie et offre aux employeurs une subvention à l'emploi.

DIFFÉRENTES AIDES AU RAYONNEMENT ET À LA FAMILIARISATION DES ARTS MÉDIATIQUES AU CALQ

Le CALQ possède un mandat de soutien à la diffusion et à la familiarisation des œuvres artistiques. Dans le cadre de ce mandat, il offre plusieurs programmes de soutien sous forme de subventions aux organismes artistiques s'engageant dans ces activités.

Ces programmes soutiennent ces activités pour toutes les pratiques en arts médiatiques. Sans ces subventions, une multitude de films et de vidéogrammes ainsi que toute la production en nouveaux médias ne seraient jamais diffusées à dans les douze régions du Québec, dans des festivals qui ne font pas partie de la liste de festivals

accrédités par la SODEC, dans les Maisons de la culture ou dans le réseau de galeries et de musées. Le CALQ n'a ni le mandat de s'occuper de la distribution ni les crédits nécessaires pour s'engager dans de telles activités.

DIFFÉRENTES AIDES AU RAYONNEMENT ET À LA FAMILIARISATION DES ARTS MÉDIATIQUES À LA SODEC

Il n'existe aucun programme à cet effet actuellement. Le seul volet d'aide traitant spécifiquement d'une ou des pratiques en arts médiatiques qui existait était un héritage de la SOGIC : l'aide annuelle à la promotion du catalogue du vidéogramme, ouvert aux distributeurs de la vidéo indépendante. Lors de la révision des programmes de la SODEC cette année par le CNCT, ce volet d'aide a été retiré et c'est à la suite de pressions exercées par le CQAM et les distributeurs indépendants que cette aide (environ 60 000 \$ par année) a été ré-instaurée de manière intérimaire pour 2002-2003 seulement.

Grâce à cette clause de « droits acquis », les distributeurs des vidéogrammes déposaient des demandes d'aide destinées à la promotion annuelle de leurs catalogues d'œuvres dans ce programme hérité de la SOGIC. La décision par le CNCT de retirer ce programme du volet d'aide consacré à la diffusion est d'autant plus problématique lorsque l'on sait que cette action semble contrevvenir à la loi créant la SODEC qui exige que tout programme de la SOGIC soit maintenu en fonction par la SODEC.

Aussi, cette année, la SODEC a inscrit dans les critères d'admissibilité aux programmes d'aide à la diffusion la mention que la SODEC prioriserait dorénavant les projets ayant bénéficié de l'aide de la SODEC à d'autres étapes de la production. Or plusieurs projets indépendants ne reçoivent pas une aide aux autres volets, mais lorsque terminés constituent des œuvres valables nécessitant alors une aide à la diffusion...Que doit-on conclure ? Au lieu d'une ouverture vers le soutien des œuvres, le CQAM y voit une nouvelle restriction. Surtout lorsque l'on sait que le CALQ ne possède pas un mandat lui permettant de soutenir les activités de distribution.

AUTRES AIDES EN ARTS MÉDIATIQUES

Le CALQ possède également des programmes consacrés au perfectionnement des artistes professionnels en arts médiatiques et aux résidences d'artistes. La SODEC en est totalement dépourvue car elle soutient des entreprises et des œuvres – produits.

CONCLUSION

On ne peut conclure qu'il n'y a pas de chevauchement entre les programmes du CALQ et de la SODEC et qu'il existe plutôt une complémentarité qui est saine et indispensable au soutien, à la création, à la production et au rayonnement des œuvres artistiques et authentiques en arts médiatiques.

Si les demandeurs cognent aux deux portes, ils le font pour des étapes et des objectifs différents. Compte tenu des sources et des montants de financement disponibles aux créateurs indépendants, ils n'ont guère le choix que de s'adresser à tous les guichets qui leur sont ouverts. Pour réussir le montage financier d'un projet de film, les créateurs indépendants sont obligés de déposer des demandes aux deux paliers de gouvernement (fédéral et provincial) ainsi qu'aux fonds d'aide para-gouvernemental et privés.

Il est de notre avis que la création d'un guichet unique en arts médiatiques porterait atteinte au processus de création, à la qualité d'œuvres réalisées et au mode de production indépendant qui est responsable de la renommée de la production audiovisuelle québécoise.

Les champs de compétences du CALQ qui sont inscrits dans son mandat doivent être maintenus intégralement. Le CALQ doit bénéficier des moyens nécessaires pour s'acquitter de sa mission en ce qui concerne les arts médiatiques sans être obligé de se justifier ou de se défendre son rôle dans le soutien des arts médiatiques davantage.

L'examen comparatif des programmes d'aide aux arts médiatiques du CALQ et de la SODEC prouve que seul le CALQ permet au créateur de s'exprimer sans entraves à son processus de création et sans contraintes du marché. La SODEC, dans sa quête de rentabilité et à cause de son engouement croissant pour le modèle hollywoodien de la production, compromet l'expression de la créativité, de la qualité et de la diversité des œuvres. Le barème du box-office, la soumission aux diffuseurs et le besoin impératif de produire des œuvres « grand public » nivèlent toutes les étapes de création vers le bas, éliminent le beau risque que comporte toute œuvre issue de l'imaginaire, ne privilégient guère les meilleurs talents, mais plutôt ceux qui s'adaptent le mieux à l'entreprise et aux structures institutionnelles et, ce faisant, marginalisent la voix et l'œuvre du créateur, privant le Québec de la place qu'il a jadis occupé sur la scène internationale de la production audiovisuelle.