

L'Observatoire du documentaire,
en collaboration avec l'Association des Documentaristes du Canada (DOC),
présente

***Créer, diffuser, rejoindre : Défis et leviers pour
l'écosystème documentaire***

Rapport du Forum OBSDOCC 2025 du 16 janvier 2025

25 novembre 2025 à Montréal

Rédigé par Marie-Michèle Cyr

Révisé par Christiane Charbonneau

Dirigé par Amélie Lambert Bouchard et Denis McCready



Comment lire ce rapport

Le Forum 2025 a permis de consulter et de réunir, autour de dix tables, 66 personnes œuvrant dans tous les paliers de la production et de la distribution de films documentaires au Québec et au Canada.

Pour ce rapport, nous avons favorisé une synthèse souple des conversations anonymisées afin de conserver l'étendue et la diversité des points de vue. Chaque fin de section comporte un court diagnostic reflétant l'état du milieu et les préoccupations des créateurs, des organismes, etc.

Le texte est donc délibérément long et brut, sans gommer les contradictions. Nous ne cherchons pas à présenter un consensus global, bien que plusieurs enjeux émergent comme pressants selon l'ensemble des participant·es : la définition d'un documentaire liée au financement, les défis de la distribution en cette ère des géants numériques, l'importance de l'authenticité des démarches et la place de l'éthique.

Ce n'est pas le rôle de l'Observatoire du documentaire d'interpeller les différents acteurs du milieu pour confronter les défis et écueils qui attendent les créateurs et créatrices de documentaires, mais nous devons souligner que plusieurs enjeux de taille, pressants, voire même existentiels, se sont révélés pendant le forum. Nous invitons les organismes à y trouver des déclencheurs d'actions.

La table des matières qui suit est détaillée afin d'éclairer vos choix de lecture. Il s'agit d'une table dynamique qui vous mènera à la section en cliquant dessus.

TABLE DES MATIÈRES DYNAMIQUE

Comment lire ce rapport.....	2
1. AVANT-PROPOS	
<i>Contexte, objectifs, rôle et membres de l'Observatoire, collaboration DOC.....</i>	5
2. OBJECTIFS DU FORUM 2025	
<i>Définition, mesures de succès et découvrabilité.....</i>	7
3. MÉTHODOLOGIE ET DÉROULEMENT DU FORUM.....	8
4. RÉSULTATS.....	9
1) REDÉFINIR LE DOCUMENTAIRE	
<i>Histoire, humain, vérité, réalité, authenticité.....</i>	9
2) FACTEURS DÉTERMINANTS D'UNE ŒUVRE INTEMPORELLE	
<i>Quelques films en exemple, influence, confiance, authenticité, accès, argent, persévérance, engagement, équipe, protagonistes, émotion, identification, connexion, pertinence, accessibilité, éducation, communauté, mémoire, archive.....</i>	17
3) LE SUCCÈS EN DOCUMENTAIRE : ENTRE IMPACT, AUDITOIRE ET INFLUENCE	
<i>Succès commercial, critique et social, critères, tensions, rôle des festivals.....</i>	36
4) RÉALISER DES DOCUMENTAIRES AU QUÉBEC	
<i>Règles et rôles, synthèses par table, constats, pistes d'action, contraintes, problèmes, barrières, accessibilité et engagement.....</i>	49
5) REJOINDRE LES PUBLICS À L'ÈRE DU STREAMING	
<i>Perte de visibilité des œuvres, propriété et contrôle, ressources insuffisantes, défis de découvrabilité.....</i>	52
6) TRANSFORMATIONS SYSTÉMIQUES À IMAGINER	
<i>Synthèse par tables et en plénière.....</i>	63
7) REPENSER NOTRE RELATION AU PUBLIC.....	72
a) Succès du documentaire et conversations publiques.....	74
b) Public cible, segmentation.....	75
c) Vision artistique, intégrité et simplification.....	76
d) Perception du public et rôle des critiques	
<i>L'émergence des réseaux sociaux comme lieu de critique influent.....</i>	79
e) Stratégies de promotion et de visibilité.....	80
f) Éducation, mémoire et diffusion.....	82
g) Rôle des plateformes et formats de diffusion.....	84
h) Enjeux transversaux.....	86
i) Retour sur les initiatives suggérées.....	87
j) Lettre ouverte au public.....	88
9. Liste des abréviations.....	90
10. Annexes.....	91

Annexe A – Tableaux positionnant les critères de succès identifiés selon la perception dans l'industrie et celle des participants.....	91
Annexe B – Critères de succès identifiés lors des discussions.....	101
Annexe C – Réaliser des documentaires au Québec.....	106
Annexe D – Lettres ouvertes.....	110

1. AVANT-PROPOS

Contexte, objectifs, rôle et membres de l'Observatoire, collaboration DOC.

Contexte du Forum OBSDOC 2025

L'Observatoire du documentaire, en collaboration avec l'Association des Documentaristes du Canada (DOC), a rencontré les acteurs du milieu du documentaire au Québec lors de son plus récent Forum bisannuel, qui s'est tenu le 16 janvier 2025. 66 personnes ont participé à cette journée de réflexion. Ce Forum a pris la forme d'une grande consultation dont l'objectif était de chercher une vision conjointe du documentaire tel qu'il se produit aujourd'hui, pour être en mesure d'influencer davantage les mouvances technologiques et de l'industrie, et pour défendre le genre documentaire. Ces discussions nous ont permis de récolter de l'intelligence collective, pour faire émerger des propositions et notamment nourrir les observations de ce rapport.

Objectifs généraux de l'Observatoire du documentaire

Les objectifs de l'Observatoire sont de favoriser la concertation et les actions du milieu, de mettre en œuvre des projets de recherche sur les questions relatives au documentaire, d'assurer la diffusion de l'information ainsi que de représenter et faire valoir le milieu du documentaire d'auteur auprès des instances décisionnelles.

Rôle de l'Observatoire du documentaire

L'Observatoire du documentaire est un organisme à but non lucratif qui regroupe les principales associations audiovisuelles professionnelles ainsi que les institutions, diffuseurs et distributeurs concernés par le documentaire, au Québec et au Canada.

Ses missions sont d'être un lieu de réflexion, de rassemblement et de dialogue afin d'assurer au documentaire sa place essentielle sur toutes les plateformes de diffusion; il veille à ce que le documentaire assume pleinement son rôle fondamental dans la défense de la démocratie, de la tolérance et de l'ouverture au monde; il favorise la prise de parole et le débat public, suscités par les œuvres documentaires qui traitent des enjeux, des rêves et des valeurs de la société; il travaille

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

Membres de l'Observatoire

1. APFC (Alliance des producteurs francophones du Canada)
2. AQPM (Association québécoise de la production médiatique)
3. AQTIS 514 IATSE (Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son)
4. ARRQ (Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec)
5. DOC (Association des Documentaristes du Canada)
6. GCR (Guilde canadienne des réalisateurs)
7. L'inis (Institut national de l'image et du son)
8. ONF (Office national du film du Canada)
9. QEPC (Quebec English-Language Production Council)
10. RDIFQ (Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec)
11. RIDM (Rencontres internationales du documentaire de Montréal)
12. SARTEC (Société des auteur.e.trice.s de radio, télévision et cinéma)
13. Société Radio-Canada
14. TACIC (Table de concertation interrégionale en cinéma)
15. Télé-Québec
16. TFO (Télévision française de l'Ontario)
17. TV5Unis
18. UPPCQ (Union des producteurs et productrices du cinéma québécois)

Collaboration avec l'Association des Documentaristes du Canada (DOC)

Traditionnellement, l'Observatoire du documentaire organise, tous les deux ans, un forum de concertation réunissant les acteur·trices du milieu. Au même moment, l'Association des Documentaristes du Canada (DOC) menait une série de consultations pancanadiennes dans ses six sections régionales, dont le Québec. Les deux organismes ont donc choisi d'unir leurs efforts pour organiser conjointement le Forum OBSDOC 2025, tenu le 16 janvier 2025, sur une journée complète.

Pour structurer la journée, les questions de consultation élaborées par DOC pour le rapport national *Ce que nous avons entendu* ont été combinées aux axes de réflexion de l'Observatoire. Ce croisement des préoccupations a permis d'obtenir une compréhension globale de la perception de

la communauté documentaire du Québec, compréhension que ce rapport du Forum OBSDOC 2025 présente.

À propos de l'Association des Documentaristes du Canada (DOC)¹

L'Association des Documentaristes du Canada (DOC) est la voix collective des créateurs et créatrices de documentaires indépendants au Canada. DOC naît en 1983 sous le nom de Canadian Independent Film Caucus (CIFC) pour défendre les intérêts de la communauté grandissante de documentaristes. DOC réunit aujourd'hui, plus de 1100 membres répartis dans six chapitres d'un océan à l'autre.

Le siège national de DOC effectue un travail de recherche et de représentation politique visant à renforcer l'écosystème de la production documentaire, alors que les chapitres locaux apportent une aide à la communauté et offrent des ateliers de développement professionnel et des activités de réseautage. Pour ses membres, DOC négocie également des tarifs exclusifs et des réductions sur les frais d'inscription et les services professionnels. Chaque jour, l'équipe travaille à créer les conditions pour que les documentaires — et celles et ceux qui les créent — prospèrent.

2. OBJECTIFS DU FORUM 2025

Définition, mesures de succès et découvrabilité.

Le but du Forum OBSDOC 2025 était d'articuler une vision conjointe avec les participant·es autour de termes et enjeux affectant aujourd'hui le milieu du documentaire. À partir du contexte mentionné ci-haut, trois axes de réflexion ont été choisis pour être au centre des discussions au courant de la journée :

- Qu'est-ce qu'un documentaire aujourd'hui?
- Comment définir un succès documentaire?
- Comment rejoindre les publics?

Pour chacune de ces questions, les résultats reflètent la complexité de l'expérience vécue par la

¹ Selon le site Web : <https://docorg.ca/fr/>

communauté professionnelle en présence lors du Forum.

Lors de la consultation publique du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) intitulée *La voie à suivre – Définir « émission canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel*, qui a eu lieu à Gatineau en mai 2025, l'Observatoire du documentaire a émis le commentaire suivant à propos du documentaire en tant qu'émission d'intérêt national :

L'avis du CRTC indique que « l'approche actuelle à l'égard des EIN n'est plus nécessaire » (clause 46). Les observations de l'Observatoire du documentaire montrent, au contraire, que le documentaire a plus que jamais besoin d'être protégé dans le système de télédiffusion national et que les exigences actuelles de dépenses en EIN (clause 44) soient maintenues, car en l'absence de ce soutien réglementaire, le documentaire sera en voie de ne plus être diffusé.

Définir clairement ce qu'est un documentaire dans le contexte canadien actuel est donc un acte nécessaire pour protéger ce médium et lui assurer sa pérennité.

À ces axes de réflexion se sont ajoutées quatre conversations de groupe sur des sujets complémentaires, menées lors de périodes d'échanges entre les participants.

- Inventaire de documentaires intemporels et facteurs qui les ont mis en contact avec le public.
- Réflexion sur les films réalisés par les participants et l'impact des règles autour du contenu canadien sur ces derniers.
- Distribution et découvrabilité à l'ère du *streaming*.
- Changements systémiques : quelles sont les initiatives efficaces?

3. MÉTHODOLOGIE ET DÉROULEMENT DU FORUM

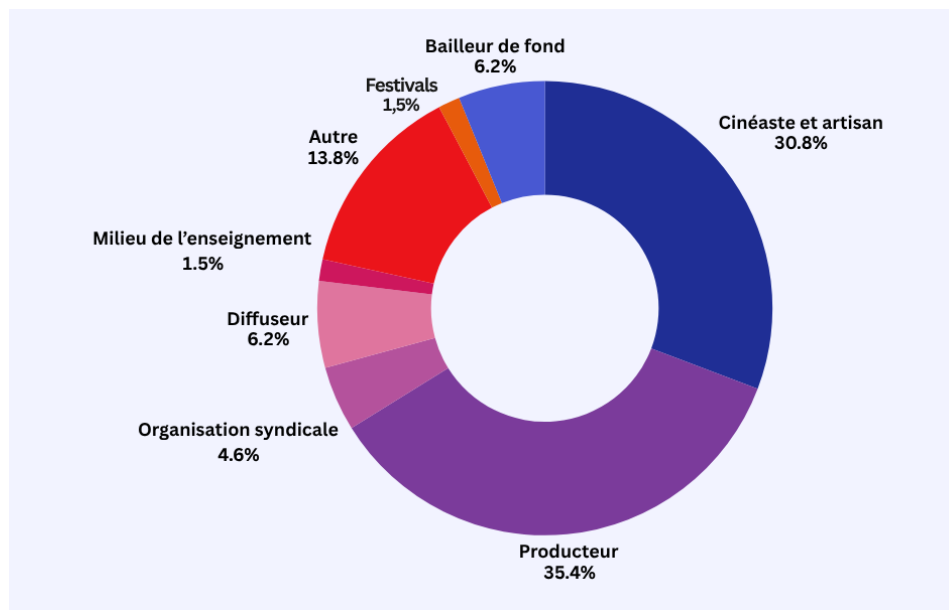
Nous avons abordé cet exercice dans une approche fondée sur la concertation et l'intelligence collective, en ouvrant la discussion sur les définitions du documentaire déjà en usage dans l'industrie. L'objectif était à la fois de proposer de nouvelles perspectives et d'interroger les

cadres existants. Des outils pour des discussions guidées et des outils numériques ont été mis à la disposition des participant·es lors d'activités participatives pour favoriser l'écoute et l'échange. Les conversations ont été enregistrées indépendamment à chaque table.

Chaque participant·e a été assigné·e à une table pour la durée de la journée. La répartition s'est faite de sorte à assurer la parité et de permettre une diversité des perspectives (réalisateurs, producteurs, diffuseurs, associations). Les discussions ont été guidées par huit chefs de table, choisis parmi les organisations membres de l'Observatoire.

Profil des participant·es

La répartition des participant·es par secteur est comme suit :



4. RÉSULTATS

1) REDÉFINIR LE DOCUMENTAIRE

Histoire, humain, vérité, réalité, authenticité.

Première discussion de la journée autour de la question : Qu'est-ce qu'un documentaire aujourd'hui?

a) Activité d'ouverture : le documentaire en trois mots

À l'aide de la plateforme Mentimeter et de son outil collaboratif WordCloud, les participant·es sont invité·es dans un premier temps à se doter d'une définition du documentaire en seulement trois mots. Les mots font peu à peu leur apparition en direct sur l'écran de présentation. Les termes ayant été écrits le plus de fois sont proportionnellement plus grands dans l'image.

Voici les résultats de l'exercice :



Les plus populaires: histoire (7), humain (5), réel (5), vérité (5)

Réponses souvent mentionnées : réalité (4), humanité (3), intime (3), point de vue (3), émotion (3)

Autres réponses (2 votes et moins) : amour, analyse, archive, art, auteur, auteur·trice, authentique, authenticité, changement, cinéma, communauté, complicité, connaissance, connexion, création, créatif, culturel, découverte, empathie, enjeux, essentiel, ouverture, politique, proximité, vrai.

b) Réactions à deux définitions officielles du documentaire

Dans un deuxième temps, les participant·es ont été invité·es à réagir à deux exemples de définitions du documentaire utilisées dans l'industrie : celle du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens et celle de l'Office national du film du Canada.

Définition du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) :

« Une œuvre originale non fictive, conçue dans le but principal d'informer, mais qui peut aussi éduquer et divertir en présentant une analyse critique approfondie d'un sujet ou d'un point de vue. »

Définition de l'Office national du film du Canada (ONF) :

« Les films documentaires sont ceux qui ont pour sujet des personnes, des événements ou des situations qui existent dans le monde réel. »

Principaux commentaires et réflexions des participant·es :

Sur la définition du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens :

Cette définition fut jugée trop restreinte par la plupart des participant·es parce qu'elle est centrée sur une logique d'information et d'éducation, sans prendre en compte la diversité des formes et démarches artistiques en documentaire. Beaucoup de participant·es ont souligné qu'elle occulte la subjectivité, la créativité et le regard d'auteur, pourtant essentiels à la création d'un documentaire. Certains mentionnent que cette définition est principalement administrative, utile dans un cadre de financement ou de certification, mais déconnectée de la pratique réelle du milieu.

Sur la définition de l'ONF :

La définition de l'ONF fut généralement bien accueillie pour sa simplicité et son ouverture; elle reconnaît le lien fondamental avec le réel tout en laissant place à l'interprétation. Le fait qu'elle insiste sur des « personnes, événements ou situations qui existent dans le monde réel » rejoint une vision inclusive du documentaire, qui peut prendre des formes très diverses au niveau de la forme et de la démarche, tant qu'il existe un ancrage dans le réel. Toutefois, certain·es participant·es ont souligné que cette définition manque peut-être de clarté sur la démarche artistique ou sur l'intention des créateurs et créatrices, au cœur du travail documentaire.

Constats transversaux

Ces deux définitions illustrent bien la tension entre une approche administrative (du côté des institutions) et une vision artistique (du côté des artisans) du documentaire. Les participant·es ont exprimé le besoin d'une définition souple, évolutive et représentative de la diversité des pratiques, permettant à la fois une reconnaissance institutionnelle et une valorisation des démarches créatives. L'exercice a mis en lumière un désir collectif de recentrer la définition du documentaire autour de la démarche des créateur·trices, de l'engagement des participant·es (devant et derrière la caméra) et de la relation singulière au réel, plutôt que de la réduire à une fonction d'information.

c) Débat inversé : « Un documentaire n'est pas... »

Les participant·es ont été invité·es à réfléchir collectivement à ce qui ne relève pas du documentaire aujourd'hui. Cet exercice a permis de faire émerger certaines limites, des confusions fréquentes et des dérives perçues autour du genre. Il a aussi ouvert la voie à une définition partagée. Plusieurs éléments ont ainsi été évoqués comme n'entrant pas dans le champ du documentaire ou remettant en question sa légitimité.

un documentaire n'est donc pas...

un reportage – Souvent associé à l'actualité immédiate et à des formats courts, le reportage est perçu par les participant·es comme limité dans sa capacité à approfondir les sujets. Il repose sur une logique d'information neutre ou objective et se distingue du documentaire par l'absence de subjectivité assumée ou de construction narrative. Cela dit, les discussions ont aussi souligné que le journalisme évolue et que la neutralité revendiquée est bien souvent plus théorique que réelle.

une télé-réalité – Bien qu'elles empruntent au réel, la mise en scène artificielle, la logique sensationnaliste et commerciale ainsi que l'absence de réflexion ou de regard d'auteur placent les télé-réalités à l'extérieur du champ documentaire.

un contenu formaté pour les plateformes – Certains contenus produits spécifiquement pour des plateformes comme Netflix ont été pointés comme relevant davantage d'une logique industrielle que d'une démarche documentaire. Les formats sont standardisés et les enjeux sont simplifiés pour plaire à un large public ou pour rencontrer une logique algorithmique.

de la propagande – Une œuvre qui instrumentalise le réel à des fins idéologiques, sans regard critique, sans mise en contexte ni ouverture à la complexité, est également exclue du champ documentaire. Le documentaire peut être engagé, mais il ne peut reposer sur une absence d'honnêteté intellectuelle.

un contenu sans démarche artistique ou point de vue – Un enchaînement d'informations ou de séquences, sans regard singulier, sans narration, sans implication émotionnelle ou artistique, ne suffit pas à constituer un documentaire au sens où l'entendent les participant·es. Le documentaire est défini par une intention, un geste de création, un point de vue assumé.

une œuvre sans lien avec le réel – Enfin, les productions issues uniquement de l'imaginaire, sans ancrage dans des faits, des témoignages ou des expériences concrètes — qu'elles soient individuelles ou collectives — sont généralement perçues comme extérieures au genre documentaire.

d) Synthèse des zones de tension et des points d'ancrage

La section suivante résume les échanges tenus lors de la **Discussion 1**, présentés par table (Tables 1 à 10).

(D1T1) Les intervenants débattent de l'intégration de la fiction dans le documentaire, suggérant que celle-ci peut alléger des sujets lourds et enrichir l'œuvre. Le documentaire est aussi une œuvre artistique qui reflète la vision unique de son créateur. Il est mentionné que, parfois, le documentaire doit inclure des éléments fictionnels pour mieux transmettre des émotions ou explorer des sujets complexes, citant l'exemple de *24 City* où des acteurs jouent des rôles basés sur des faits réels afin de protéger l'anonymat des témoignages. Le documentaire doit avoir une base factuelle solide pour éviter la désinformation et se différencier des « fake news ». Les intervenants soulignent l'importance de la diversité des points de vue.

(D1T2) Les participant·es débattent de la nature artistique et créative des documentaires, certain·es regrettant que les définitions officielles négligent de reconnaître cet aspect dans leur définition. Certain·es estiment que les reportages, qui visent à exposer divers points de vue de manière objective, ne devraient pas être confondus avec les documentaires, qui peuvent prendre position. La neutralité et l'absence de point de vue distinct sont perçues comme des caractéristiques qui différencient les reportages des documentaires.

(D1T3) Les participant·es ont envisagé d'amalgamer les deux définitions (de l'ONF et du BCPAC) en incorporant l'importance de l'aspect humain, tout en conservant l'idée d'une œuvre originale non fictive. Ils ont discuté de l'inclusion de termes comme « informer », « sensibiliser », « éduquer » et « divertir », tout en rappelant l'importance du point de vue du créateur dans un documentaire. Ils en arrivent à cette définition : *« Œuvre originale, non fictive, dans le but d'informer, sensibiliser, éduquer et divertir, qui a pour sujets des personnes, des événements, des situations qui existent ou ont existé dans le monde réel. »*

(D1T4) La notion de vérité et de réalité est centrale, avec des opinions divergentes sur l'importance d'inclure des éléments fictifs ou de mise en scène. Les participant·es évoquent également les enjeux liés à la reconnaissance institutionnelle des documentaires. Des exemples de

documentaires controversés sont mentionnés, illustrant la difficulté de tracer une ligne claire entre un documentaire et un pamphlet qui pourrait déformer les faits.

(D1T5) On souligne que l'objectif principal n'est pas nécessairement d'informer, mais plutôt de susciter des réflexions. La différence entre documentaires et reportages a été soulignée, avec une confusion fréquente parmi le public. Finalement, il y a un consensus sur le fait qu'un documentaire doit inclure une part de réalité et une démarche créative.

(D1T6) L'idée d'un documentaire *authentique*, dans lequel l'auteur est conscient de sa subjectivité et de ses limites, a été soulevée. La discussion a également abordé l'impact des nouvelles technologies et de l'intelligence artificielle sur la production documentaire, en remettant en question leur place dans la créativité documentaire et la propriété intellectuelle. La notion d'auteur a été discutée, notamment comment elle est influencée par l'usage des technologies modernes et par la production de masse de documentaires dans des plateformes comme Netflix. Les participant·es ont conclu que la définition d'un documentaire est complexe et sujette à débat, soulignant la difficulté de tracer une ligne claire entre ce qui est et ce qui n'est pas un documentaire.

(D1T7) Des participant·es mentionnent des concepts manquants aux définitions proposées du documentaire, tels que la préservation et la transmission culturelle, notamment en ce qui concerne les communautés autochtones. La conversation aborde également la distinction entre les documentaires d'auteur et les séries documentaires plus grand public, en soulignant la nécessité de protéger le documentaire d'auteur tout en reconnaissant la valeur des séries documentaires. Les participant·es expriment des préoccupations concernant une définition élargie du documentaire qui pourrait inclure des émissions de type magazine déguisées en documentaires.

(D1T8) La discussion a révélé un manque dans les définitions proposées concernant la démarche d'auteur, l'émotion et la multiplicité des points de vue, soulignant que le documentaire n'est pas seulement une question de réalité, mais aussi de point de vue subjectif. Il a été souligné que le documentaire se distingue par son point de vue subjectif, contrairement au reportage qui est lié à des normes journalistiques d'objectivité. Enfin, la discussion a évoqué les enjeux contemporains liés à la post-vérité et à l'importance de maintenir l'intégrité dans le genre documentaire, face à la prolifération de contenus potentiellement malhonnêtes.

(D1T9) Les participant·es ont discuté de l'importance de l'intégrité et de l'intention du réalisateur dans la classification d'une œuvre comme documentaire. Le débat a aussi abordé la question des réalités économiques et institutionnelles, comme les critères de financement, qui peuvent influencer la production et la classification des documentaires.

(D1T10) Certain·es participant·es ont exprimé que le documentaire ne devrait pas se limiter à informer, à éduquer et à divertir, mais pourrait aussi être impressionniste, capturant un point de vue humain sans nécessairement avoir une analyse critique. Ils ont donné l'exemple du film *Pour la suite du monde* de Pierre Perrault pour illustrer un documentaire qui ne présente pas une analyse critique approfondie, mais qui observe, conserve et transmet une réalité. Enfin, il a été mentionné que la définition d'un documentaire peut varier en fonction de son objectif, qu'il soit destiné à la télévision, à un musée ou à un milieu éducatif. Les participant·es ont convenu qu'il est difficile de définir strictement ce qu'est un documentaire, mais que la présence d'une démarche créative est un élément clé pour en déterminer la nature.

e) Tentative de redéfinition contemporaine du genre documentaire

En conclusion, à partir de l'analyse des discussions menées à chacune des tables autour de la question « **Qu'est-ce qu'un documentaire aujourd'hui?** », nous tentons une redéfinition du terme *film documentaire*.

Le film documentaire est une œuvre audiovisuelle originale non fictive qui reflète l'authenticité, la créativité et le point de vue personnel des auteurs (scénariste et/ou réalisateur). C'est une œuvre construite sur des bases factuelles rigoureuses, à partir d'une histoire réelle ou d'une œuvre originale. Son objectif principal est d'informer, de sensibiliser, d'émouvoir ou de faire réfléchir, par le partage d'informations et d'analyses sur un sujet et/ou un enjeu. Sa facture visuelle et sonore est singulière et démontre une recherche formelle et narrative, qui peut inclure l'emploi de la mise en scène et de dispositifs propres à la fiction et/ou à l'animation. Il en résulte une tension féconde entre réalité, interprétation et création.

2) FACTEURS DÉTERMINANTS D'UNE ŒUVRE INTEMPORELLE

Quelques films en exemple, influence, confiance, authenticité, accès, argent, persévérance, engagement, équipe, protagonistes, émotion, identification, connexion, pertinence, accessibilité, éducation, communauté, mémoire, archive.

Pour ce segment, les participants ont été invités à réfléchir aux facteurs clés permettant à une œuvre documentaire de perdurer. La conversation s'est d'abord déclinée autour de cette question :

Quels documentaires avez-vous créés, vous ou vos collègues, qui demeurent, selon vous, intemporels et pertinents, attirant un public de différentes générations?

Films les plus mentionnés

La liste ci-dessous résume les échanges autour de cette question. Trois films seulement ont été mentionnés à plus d'une reprise, dans plusieurs tables de discussion :

Les Rose – documentaire explorant le rôle de Paul Rose dans le mouvement felquiste à travers les yeux de son fils. Félix Rose (2020)

Je m'appelle humain – portrait de la poète innue Joséphine Bacon, mettant en avant la mémoire et la tradition orale innue. Kim O'Bomsawin (2020)

Godin – documentaire sur la vie et l'œuvre du député-poète Gérald Godin. Simon Beaulieu (2011)

Films fréquemment mentionnés

Les films suivants ont été identifiés à la fois lors des discussions en sous-groupes et à nouveau lors de la mise en commun en plénière. Ils sont présentés ci-dessous dans l'ordre chronologique de leur mention au sein de la discussion collective.

Le temps des bouffons – Court-métrage pamphlétaire critiquant les élites canadiennes et les inégalités sociales. Pierre Falardeau (1985)

Ibuka Justice – Court-métrage animé sur l'expérience d'une famille pendant les sept premiers jours du génocide rwandais. Justice Rutikara (2024)

L'erreur boréale – Documentaire exposant les conséquences environnementales et

politiques de la déforestation au Québec. Robert Monderie et Richard Desjardins (1999)

Science of the Bible – Série télévisée d’anthologie explorant des récits bibliques comme Caïn et Abel, mettant en lumière des thèmes universels de jalousie et de rivalité fraternelle. William Martens, John Joseph, Robert M. Wise, James Younger (2004)

Le profil Amina – Polar documentaire autour d’une histoire d’amour pendant la révolution arabe et la mince ligne qui sépare le vrai du faux sur Internet. Sophie Deraspe (2015)

Le Dernier Vol de Raymond Boulanger – Série documentaire sur le pilote mercenaire Raymond Boulanger qui a travaillé pour les cartels colombiens et la CIA. Sébastien Trahan (2020)

Achever l’inachevable – Réflexion sur l’œuvre du peintre Maurits C. Escher qui défia les lois de la perspective dans son œuvre *Exposition of Prints*. Jean Bergeron (2007)

Les Coasters – Portrait des différentes communautés qui vivent « au-delà de la route 138 » sur la Basse-Côte-Nord. Nicolas-Alexandre Tremblay, Stéphane Trottier (2018)

Les lettres de ma mère – Réflexion du cinéaste à partir de lettres écrites par sa mère dans les années cinquante. Serge Giguère (2017)

Pour la suite du monde – Documentaire poétique et ethnographique sur la vie des habitants de l’Isle-aux-Coudres. Pierre Perrault et Michel Brault (1963)

Kak : Transmission intergénérationnelle d’une famille ilnu – Court-métrage sur la préservation et la transmission des traditions ilnu à travers les générations. Manuel Kak’wa Kurtness (2004)

La Turlute des années dures – Documentaire musical sur la Grande Dépression au Québec. Richard Boutet, Pascal Gélinas (1983)

Films mentionnés

Les films suivants ont été mentionnés par les participant·es au sein de leur table de discussion. Ils sont présentés ci-dessous en ordre alphabétique.

- *11 septembre 1973, le dernier combat de Salvador Allende*
- *Apocalypse : la première guerre mondiale*
- *Bagages*
- *Berlin, l'art de l'évasion*
- *Bestiaire*
- *Couleurs du Nord*
- *Diversidad*
- *Durs à cuire*
- *Errance*
- *Esse Amor Que Nos Consome*
- *Expo 67 Mission Impossible*
- *Femmes hors-la-loi*
- *Gulistan, terre de roses*
- *Kanehsatake : 270 ans de résistance*
- *Le Mystère Atlit Yam, la Cité au fond de l'eau*
- *La folle entreprise, sur les pas de Jeanne Mance*
- *Larry (They/Them)*
- *Le Frère*
- *L'Ordre secret*
- *Ma famille en 17 bobines*
- *On est au coton*
- *Pauline Julien, intime et politique*
- *Que le fan soit avec toi*

- *Riverboom*
- *Roger Toupin, épicier variété*
- *Ziva Postec. La monteuse derrière le film Shoah*

a) Des histoires influentes

À la vue de cette compilation de documentaires de différents formats (longs et courts métrages, séries télévisées), certaines thématiques communes ressortent comme étant au cœur de ces documentaires marquants.

- La question du pouvoir et des structures sociales invite à un examen des systèmes politiques, économiques et sociétaux.
- L'identité culturelle et le patrimoine se manifestent par une volonté affirmée de préserver et de transmettre les traditions ou une manière d'exister.
- La thématique de la migration et de l'appartenance met en relief les récits de déplacement et d'adaptation.
- La mémoire historique et ses impacts se déploient à travers le retour sur des événements marquants du passé.

Ces différentes thématiques, en s'entrecroisant, tissent des récits où les trajectoires individuelles dialoguent constamment avec de plus larges contextes historiques et sociaux. Elles produisent ainsi des récits dont la résonance dépasse la réception immédiate pour s'inscrire dans une mémoire partagée, traversant les générations. C'est pourquoi plusieurs participant·es considèrent le documentaire à la fois comme une fenêtre sur le monde, un miroir de la société et un instantané historique.

b) Facteurs déterminants au niveau de la production

Les participant·es ont également été invité·es à préciser, de leur point de vue, les facteurs clés ayant rendu possible la production des films mentionnés précédemment en répondant à la question :

Quels éléments ont été essentiels à la réalisation de ces films?

Plusieurs facteurs décisifs au niveau de la production ont été identifiés comme ayant contribué à l'aboutissement et au succès de ces documentaires.

La confiance

Cette relation de confiance entre le réal et le protagoniste, c'est à la base, je pense. (...) C'est le travail fait en amont, avant d'allumer la caméra, avant de poser la caméra.

Diriger une caméra vers une personne instaure inévitablement un rapport de pouvoir asymétrique entre la personne qui filme et celle qui est filmée. Plusieurs soulignent ainsi l'importance d'un échange, tacite ou explicite, pour atténuer cette inégalité.

D'abord, il y a une ouverture de la part de la personne. Il faut avoir un accord. C'est un consentement, mais il y a aussi un désir, je pense, de parler. (...) Il y a cette ouverture, mais la relation de confiance qu'on établit pour faire en sorte que cette personne va jusqu'au fond des choses. (...) Quand on a une relation de confiance, la personne fait confiance à la vision que tu as, parce qu'elle est au courant, elle sait que tu vas donner ta vision de la chose.

Cette relation de confiance engage les réalisateurs à une responsabilité particulière quant à la représentation des personnes à l'écran. Elle suppose de veiller à une mise en scène juste et respectueuse, qui préserve la dignité des protagonistes et reflète fidèlement la complexité de leur réalité, tout en évitant les simplifications, les stéréotypes ou les formes d'appropriation.

En tournage, il faut protéger nos protagonistes aussi d'eux-mêmes. S'ils nous font complètement confiance en tournage, il y a des propos qui, s'ils ne sont pas expliqués ou mis en contexte, peuvent mal paraître.

Établir une relation de confiance solide entre cinéastes et protagonistes constitue le fondement de la démarche documentaire. La qualité de ce lien, fondé sur la réciprocité et le respect, est déterminante non seulement sur le plan éthique, mais aussi pour la réussite artistique du film.

L'authenticité

Garantir l'authenticité du récit est essentiel pour que le public en perçoive la sincérité. Cette authenticité s'ancre souvent dans une dimension personnelle, particulièrement lorsque la personne qui réalise le film appartient à la communauté représentée ou a elle-même traversé la situation traitée dans le film, comme en témoigne cet exemple :

En fait, pour nous, ce qui a été essentiel pour que ce film-là ait cette portée-là, c'est l'authenticité et la voix. Parce que dans les recherches qu'on a faites, on voyait que la plupart des films qui ont les faits sur le génocide n'étaient pas portés par les victimes. C'est-à-dire que c'était raconté par les autres. Donc, il y avait leur vision de ce conflit-là sans nécessairement l'avoir vécu et surtout sans connaître toutes les nuances aussi de la société rwandaise, l'histoire du Rwanda et tout ça.

La souveraineté narrative a été soulignée par plusieurs comme essentielle à un récit authentique, en veillant à ce que les communautés et les individus directement concernés par un sujet contrôlent la manière dont leurs histoires sont racontées. La notion de confiance, mentionnée plus tôt, est intimement liée à l'authenticité du point de vue.

L'accès et l'argent

La notion d'accès en documentaire renvoie à la fois à la relation établie avec les protagonistes et à la faisabilité logistique du tournage. Filmer une personne dans une zone de guerre, par exemple, pose un défi d'accessibilité sécuritaire et géographique. De la même manière, un projet qui repose sur des archives rares, coûteuses ou inexistantes se confronte à une problématique d'accès qui influence directement les conditions de création du film.

L'élément clé a été l'accès. Ça a été la rencontre de la protagoniste principale du film, et l'accès de la cinéaste, avec cette protagoniste-là, pour créer le lien de confiance et pouvoir raconter une histoire, qui est un portrait, un documentaire risqué et qui peut faire réagir. Donc vraiment, l'élément essentiel a été l'accès, puis

après ça, la confiance des bailleurs de fonds pour le financement. Ça serait les deux éléments.

Le financement et le soutien institutionnel constituent des conditions fondamentales à la production documentaire. L'accès à des subventions, à des partenariats avec des diffuseurs ou à l'appui d'organismes artistiques garantit non seulement la viabilité économique des projets, mais permet également de rémunérer équitablement les créateurs et de maintenir des standards élevés de production.

Persévérance et engagement

Chaque documentaire est soutenu par la persévérance et la ténacité de ses créateurs. Leur engagement envers le film, ses protagonistes, ses thématiques et ses sujets constitue un facteur essentiel pour mener à bien une production qui s'échelonne souvent sur plusieurs années.

Il faut que tu sois engagé pour faire ces films-là. Sinon, ça ne se fait pas. (...) Souvent, c'est un engagement sans limites parce que tu t'investis, tu le portes pendant 5, 6, 7 ans. Ces gens-là, après, qui font partie de ta vie pour toujours, en tout cas, souvent. Des fois, tu as une responsabilité envers eux aussi. C'est un engagement complet, je trouve, qui est nécessaire pour faire du doc.

Des termes comme « essentiel », « sacrifice » ou encore « un brin de folie » ont été évoqués pour qualifier cet engagement total, indissociable de la persévérance nécessaire à la création documentaire.

Ça a été d'abord la conviction profonde qu'on faisait un film essentiel. Le propos, le sujet, les témoignages, le patrimoine musical, on savait dès le départ que le film allait être important. Est-ce qu'il allait être parfaitement réussi? On ne savait pas, mais il allait être majeur. Pourquoi c'était un film majeur? Parce qu'on documentait une époque qui n'avait jamais été documentée de ce point de vue-là.

(...) Puis la persévérance, parce qu'il fallait produire ce film-là avec quasiment pas d'argent.

Cet engagement soutenu échappe souvent à toute comptabilisation en temps ou en argent. Une part importante du travail consacré à la recherche, au développement, à la présentation du projet aux investisseurs ainsi qu'à la construction de relations privilégiées demeure rarement rémunérée.

C'est ça le problème, quand on est plus « artistique ». Ça veut dire on ne compte pas ses heures, puis finalement, notre salaire horaire, on ne le calcule même pas parce qu'on serait trop découragé.

Bien s'entourer

Un autre facteur fréquemment évoqué est l'importance de s'entourer de collaborateurs talentueux, qu'il s'agisse de la photographie, du son, du montage ou d'autres spécialités. Ces gens doivent non seulement posséder une expertise technique, mais aussi partager une compréhension fine du projet et un engagement réel envers sa réussite.

Moi je voulais juste rajouter le savoir-faire parce qu'on a eu des équipes extraordinaires (...) Au niveau du son ils ont tout refait (...) parce que la majorité des archives étaient muettes et on avait un artiste en France, un concepteur sonore, qui allait enregistrer des avions, l'avion, le vrai avion qu'on voyait dans l'archive (...) Il y avait une banque d'informations à travers la France, mais à travers plein de pays pour aller enregistrer les sons réels et après tout ça a été mis ensemble, a été mixé ici à Montréal avec un compositeur de musique et avec le mixeur. Donc tout le savoir-faire de la réalisatrice, du scénariste, des équipes de conception sonore et montage ont fait que ça a été les éléments essentiels à la réussite de ces séries.

Participation active des protagonistes

Un autre facteur clé dans la création documentaire réside dans l'apport direct des protagonistes à

ce qui apparaît à l'écran. Même avec une planification rigoureuse, les moments de grâce surgissent souvent lorsqu'on accepte de se laisser surprendre.

Pour moi, c'est un peu comme une sorte de danse que tu crées en tant que réalisateur avec ton sujet. Ce n'est pas une relation qui est linéaire. (...) je réalise que les gens, ils se sentent en confiance quand ils se sentent encadrés, quand ils sentent que tu as une vision, tu veux aller quelque part. (...) Puis, j'ai réalisé que plus tu tournes, plus le sujet commence à comprendre la mécanique, et là, il peut commencer à te donner des suggestions. Il va te nourrir, parce qu'il sait : OK, tu tournes quand je fais ma cuisine, quand je parle à ma mère, et là, ils voient les éléments que tu allais chercher (...) Oui, pour les subventions, tu dois scénariser tout ça. Mais pour moi, c'est l'imprévu, c'est les accidents.

Le développement de talents et de points de vue

Un dernier point soulevé concerne l'importance d'accorder une place à de nouvelles voix et de soutenir le développement de talents porteurs de points de vue singuliers. Ce facteur, bien qu'il relève en partie des choix des producteurs, s'inscrit en dialogue direct avec l'originalité du traitement, la qualité de la recherche et la consolidation d'un cinéma national fort et diversifié.

c) Connexion avec le public

Les participant·es ont également été invité·es à discuter des facteurs clés qui ont permis à ces films de rejoindre le public, en répondant à la question :

En quelques mots, quels ont été les éléments clés qui ont conduit à une connexion importante du public avec ces films?

Les réponses recueillies mettent en évidence plusieurs facteurs, parmi lesquels la connexion émotionnelle, la pertinence, l'accessibilité et l'authenticité apparaissent comme centraux dans la capacité d'un documentaire à mobiliser et à toucher le public.

L'émotion et l'identification

La connexion du public avec un film s'établit d'abord par l'émotion, entendue comme une réaction immédiate aux stimuli narratifs et visuels. Cette réaction peut ensuite se prolonger en sentiments, soit une expérience plus réfléchie et durable, tels que la nostalgie ou l'indignation. Ce processus favorise l'émergence de mécanismes d'identification et d'empathie, essentiels pour maintenir l'intérêt du spectateur.

Je pense que, les personnages, qu'on s'identifie à eux ou non, d'un point de vue extérieur, avant d'apprendre à les connaître, si on a de l'empathie, un intérêt, même s'ils peuvent être très loin de nous, on peut quand même s'intéresser à leur histoire. Ensuite, je pense que pour que le spectateur reste au bout du film, il faut qu'il y ait de l'adversité et que le personnage ou notre histoire, va la surmonter. Il y a une courbe dramatique dans le storytelling vraiment importante, mais tout part avec... J'ai failli dire du charisme au début, mais c'est un piège. C'est vraiment de l'empathie par rapport à notre personnage.

Le recours à une narration personnelle et intime constitue un vecteur privilégié pour atteindre une forme d'universalité. Cette approche peut émaner autant des protagonistes que du point de vue singulier des documentaristes. Elle instaure un jeu de miroir où l'identification du spectateur se construit à travers le regard porté par la réalisation.

Je vais ramener l'idée que le film agit comme un miroir, donc peu importe qu'on se reconnaisse de manière précise ou par la différence (...) Je pense qu'il y a un positionnement qui peut être fait par rapport à la proposition. Puis on passe par l'empathie et l'effet miroir aussi.

L'exploration d'expériences humaines fondamentales, telles que la résilience, la construction identitaire ou les luttes individuelles et collectives, favorise l'émergence de l'empathie et de l'identification chez le spectateur.

Quand il y a un enjeu comme ça, du vivre-ensemble, quand ça touche et ça crée des liens, je trouve que du coup, ça devient intemporel et pertinent, quelle que soit la forme.

Loin de toute approche réductrice, le miroir de l'identification se manifeste lorsqu'un spectateur parvient à établir une connexion émotionnelle avec un personnage ou une situation, même si celle-ci lui est étrangère. Comme l'illustre la prochaine citation, l'universalité d'un sujet ne réside pas nécessairement dans l'expérience partagée entre protagonistes et public, mais plutôt dans une combinaison de curiosité, d'identification et de volonté de comprendre la réalité de l'autre.

Je pense qu'au contraire, le public peut être intéressé par des choses qui sont à l'opposé d'eux (...) Personnellement, je n'ai pas vécu la guerre. (...) Quand je regarde Gulistan, terre de roses, le film de Zaynê, sur le Kurdistan, je ne suis pas une combattante kurde, je n'ai jamais tenu d'armes. (...) Peut-être, je m'identifie en tant que femme, mais les hommes regardent aussi. Je pense qu'on est intéressés aussi par ce qu'on ne connaît pas du tout dans le documentaire.

La confiance, identifiée comme un facteur clé au stade de la production, se prolonge dans la relation avec le public en rendant possible une véritable connexion émotionnelle.

Moi, je pense que le public sent ce rapport de confiance là, réalisateur versus soit le sujet ou ce qui se passe à l'intérieur du film. Le public n'est pas dupe du tout. C'est cette confiance-là qui, après ça, est transmise à quelque part dans ce qui va faire que le public va apprécier un film puis connecter émotionnellement.

Les protagonistes et les figures marquantes

La mise en avant de figures charismatiques et/ou historiquement significatives contribue à renforcer la portée d'un documentaire. Le choix de protagonistes dont les trajectoires personnelles se distinguent par leur singularité et leur intensité favorise non seulement l'attention du public, mais aussi une meilleure compréhension des enjeux sociaux, culturels ou politiques abordés.

C'est soit par l'importance de l'enjeu de société, soit parce que c'est un protagoniste charismatique, que ça résonne chez les gens. Quand ça a la capacité de passer au-delà de l'actualité brûlante, ça devient un peu intemporel.

Le recours à des personnalités connues peut, dans certains cas, susciter une attention médiatique

accrue ou faciliter la diffusion.

Moi, je vous dis ça parce que pendant 12 ans, j'ai fait l'attaché de presse pour des livres jeunesse. On s'entend que c'est comme le documentaire, c'est une peau de chagrin au Québec. Je me suis rendu compte que ça prenait des porte-paroles parce que les médias ne sont plus présents pour en parler. Avant, il y avait des émissions à Télé-Québec, tout ça, il y en a plus aujourd'hui.

Une autre personne a souligné que, plus encore que la notoriété, ce sont la curiosité et l'étonnement qui suscitent véritablement l'attention du public.

Moi, j'ai fait les deux. Je fais des projets avec des stars, des projets sans les stars. Je vais le dire de même. Ça ne fait pas de différence. Il faut étonner le public, il faut qu'il soit étonné. C'est l'émotion.

Bien entendu, certaines exceptions confirment la règle.

Là, je vais donner un exemple personnel. Moi, j'ai deux films qui ont bien marché, qui ont joué dans plein de festivals, qui se sont mérité des prix, dans lesquels il n'y a pas de sujet. Je veux dire que le sujet, c'est un mouvement politique qui n'est pas incarné dans quelqu'un, mais qui est comme une notion (...) Il n'y a pas un personnage qui revient plus de trois minutes dans le film. C'est le sujet le point d'entrée.

Pertinence et conjoncture favorable

Un sujet doit activer l'empathie, la curiosité du public, qu'il y ait un aspect événementiel aussi, il faut trouver un bon moment de diffusion.

Le succès d'un film documentaire dépend en partie de sa capacité à s'inscrire dans le contexte actuel, en abordant des enjeux sociaux, politiques ou culturels contemporains afin de renforcer et de maintenir son impact. Parfois, cette concordance arrive par hasard; certains l'appellent le *dieu du documentaire*.

Ça faisait trois ans que tu travaillais sur quelque chose, puis il arrive quelque chose dans l'actualité. C'est ça qui interpelle le public (...) Je résume ce que tu disais, le fait d'un aspect événementiel d'une présentation documentaire qui arrive au bon moment dans le contexte social.

Faire coïncider la sortie d'un film avec des anniversaires ou des débats en cours, et tirer parti de l'élan généré par des événements réels, permet d'en amplifier l'importance. Le défi réside toutefois dans la nécessité de rester ancré dans la réalité actuelle, tout en tenant compte du long cycle de production qu'exige un film.

J'allais dire, ayant commencé beaucoup de films, n'ayant pas pu les financer, je pense que le succès dépend, oui, du storytelling, dépend du miroir. On doit être ancré dans la réalité. Ce que j'essaie de dire, c'est qu'il ne faut pas être trop précurseur en tant que documentariste, et beaucoup de nos têtes qui réfléchissent, beaucoup sont précurseurs et veulent sortir des idées de films et les gens ne sont pas prêts. Et c'est ça qui fait qu'on a des très grands films qu'on regarde à la télévision cinq ans plus tard. Je pense que si le cinéaste est ancré dans la réalité présente de son public et conscient de son public, ça va faire un film à succès. Mais s'il est là pour parler de quelque chose qui n'est pas en phase avec le restant de la population, ça ne marche pas et on a perdu une occasion de parler de quelque chose.

Accessibilité, distribution et découvrabilité

Les distributeurs jouent un rôle crucial en permettant aux documentaires de rejoindre des publics diversifiés, notamment grâce à des partenariats stratégiques avec des diffuseurs, des festivals et des plateformes en ligne. Le recours à la distribution numérique, aux sous-titres et au multilinguisme contribue également à élargir leur accessibilité. Toutefois, dans un marché en constante mutation marqué par l'essor du *streaming* et la réduction du réseau de salles de cinéma, cette tâche demeure particulièrement complexe.

Il faut que les gens aient quand même le goût un peu de voir le film, le sujet. Parce que des fois, moi, j'en fais de la distribution, puis même si on met beaucoup de promos, surtout en doc, tu mets tellement d'énergie, tu fais tout, tu coches tout ce

qu'il faut faire, puis ça ne marche pas tant. Parce que maintenant, c'est de plus en plus difficile... Cocher toutes les vingt cases dans un plan traditionnel, ça ne marche pas. Ça ne donne pas autant de résultats qu'avant, par exemple. Ça veut dire que notre société, elle change, notre public change, la notion du public change.

Le soutien des festivals et des circuits cinématographiques constitue un levier essentiel pour amplifier la visibilité des documentaires et la reconnaissance des films par leurs pairs. Par ailleurs, l'engagement actif des créateurs et des protagonistes lors des projections et des discussions contribue à renforcer l'impact du film et à approfondir la connexion avec le public. Mener des campagnes ciblées de marketing et de bouche-à-oreille permet d'accroître l'impact d'un documentaire. Toutefois, il est essentiel de développer, pour chaque projet, une stratégie de découvrabilité adaptée, qui ne peut se limiter à la seule présence d'un distributeur.

Dimension éducative et communautaire

Le développement de partenariats institutionnels avec des écoles, universités, musées et organismes de défense, combiné à la diffusion dans des espaces communautaires et culturels, contribue à élargir la portée des documentaires.

Notre film sur les jeunes immigrants qui est encore projeté dans les écoles. Il est sorti en 2016, cela fait presque 10 ans qu'il est projeté dans les écoles.

Les projections éducatives dans les écoles et universités, tout comme les projections communautaires dans divers espaces culturels, favorisent la rencontre avec des publics variés, renforcent l'impact social des œuvres et offrent aux cinéastes ainsi qu'aux compagnies de production une source de revenus additionnels.

d) Mémoire et archives

On dit aussi que nous sommes des gardiens de la mémoire, c'est un peu prétentieux, mais c'est quand même vrai.

Plusieurs participant-es ont insisté sur la responsabilité du documentaire comme gardien de la mémoire collective. En s'appuyant sur des archives, le cinéma documentaire permet de donner une profondeur historique aux récits, de sauvegarder ce qui tend à disparaître et de rendre visibles des pans entiers de notre patrimoine culturel. Filmer devient alors un acte de conservation : capter les traces du présent pour les générations futures.

Je pense que dans le fond, les gens se retrouvaient là-dedans où on retrouvait quelque chose de connu, mais ils avaient l'impression d'avoir accès à un autre volet de l'histoire.

Ces démarches s'ancrent souvent dans la sphère intime — histoires familiales, pratiques traditionnelles, gestes quotidiens — qui se révèlent être des vecteurs puissants de transmission intergénérationnelle, particulièrement en contexte autochtone.

C'est de la transmission intergénérationnelle. Moi, l'idée, c'était de démontrer que chaque personne dans son environnement doit prendre conscience des histoires, puis de les porter à l'écran. Exemple, la pêche au filet, mon père, c'est le dernier encore vivant qui connaît, selon la saison, tous les endroits où il faut aller déposer le filet. Alors que moi, j'ai assisté de l'âge de 3 ans à 17 ans avec lui, mais sans prendre conscience que je savais ça. Donc, je permets à mes enfants de pouvoir le voir, le documenter.

Le documentaire devient ainsi un espace où la mémoire s'incarne, où les savoirs et récits d'une génération se transmettent à la suivante, tissant des continuités entre passé, présent et futur.

Universalité du propos

Malgré la singularité de leurs sujets, les films évoqués ont suscité une résonance collective forte. Le public y reconnaît ses propres histoires, celles de ses parents, de ses grands-parents ou encore de lieux familiers. Cette capacité du documentaire à passer de l'intime au collectif, à partir de réalités très localisées qui touchent néanmoins un large spectre de spectateurs, constitue l'un des ressorts essentiels de son universalité.

Qu'est-ce qui fait qu'on est intéressé par un documentaire qui se passe dans un pays du monde qu'on n'a jamais visité, sur des gens qu'on ne connaît pas? Le film dont je parlais, Les lettres de ma mère. Pourquoi les gens de 25 ans sont touchés par une dame de 90 ans qui n'est plus de ce monde? Parce que ça leur fait penser à leur grand-mère(...) Oui, on aime le documentaire parce qu'à un certain point, on arrive à trouver le côté universel.

Qu'il s'agisse de crises économiques, de migrations ou de gestes ordinaires du quotidien, ces récits trouvent écho au-delà de leur contexte immédiat. Les participant·es soulignent aussi l'importance de films « qui font du bien », où la légèreté et l'empathie deviennent elles aussi des formes de résonance universelle, rappelant que l'identification émotionnelle peut être aussi puissante que la portée politique.

C'est comme le spécifique qui peut basculer dans l'universel. Je pense que c'est ça qui rend les choses intemporelles. Je l'ai déjà entendu à ce moment-là, au niveau de l'intime au collectif.

Importance historique et legs

Les discussions ont également mis en lumière le rôle du documentaire dans la construction d'un legs historique et culturel durable. Certains films, en retraçant la vie de figures marquantes ou de communautés oubliées, contribuent à réécrire des fragments d'histoire collective. Ils donnent à voir des expériences souvent marginalisées — politiques, culturelles, régionales — et participent à une reconnaissance sociale et symbolique.

J'ai fait un film sur l'Hôtel Dieu de Montréal avant qu'il ne ferme, j'ai tourné pendant deux ans à l'Hôtel Dieu de Montréal, c'est un document d'archives, tout ce qui existe dans ce film eh bien aujourd'hui n'existe plus, donc ça va toujours, si ça peut se maintenir dans les formats, dans les transferts de matériel, ça va toujours être pertinent selon moi, c'est de l'histoire, ça fait partie de nous.

Ces œuvres, qu'elles abordent un pan méconnu de l'histoire québécoise ou un mode de vie en voie de disparition, continuent d'avoir un impact bien au-delà de leur diffusion initiale : utilisées dans les écoles, redécouvertes lors de restaurations, elles deviennent des repères de mémoire active,

prolongeant leur influence dans le temps et l'espace.

e) Le documentaire intemporel

Enfin, plusieurs intervenant·es se sont interrogé·es sur ce qui rend un documentaire intemporel. Pour certain·es, c'est la capacité d'un film à transcender l'actualité immédiate : à traiter de sujets ancrés dans leur époque tout en leur donnant une portée universelle et durable.

C'est des sujets importants, mais qui arrivent à s'élever au-dessus de l'actualité. C'est-à-dire que le film devient intemporel parce qu'il se détache. (...) C'est comme si l'actualité immédiate devenait un point de vue historique. Le recul permet d'aller au-delà de l'actualité.

D'autres rappellent toutefois que la société et les discours évoluent; peu d'œuvres échappent totalement à leur contexte.

Moi, j'ai vraiment du mal avec le mot intemporel, parce que la société évolue, les approches de documentaires évoluent. À vrai dire, il y a très peu de films, de documentaires ou fictions qui, pour moi, restent intemporels, vraiment. Quand je vois les films de chefs-d'œuvre qui m'ont formé en tant que cinéphile, aujourd'hui, j'ai du mal même à me connecter avec certaines œuvres.

Voici quelques exemples de certains films perçus comme intemporels par les participants, dans leurs mots.

- Je m'appelle humain

Moi, ce serait le documentaire Je m'appelle humain qu'on a fait sur la poétesse Joséphine Bacon, parce que ça parle d'une personne qui touche les humains, un peu de n'importe quelle génération par sa philosophie, sa simplicité, sa beauté. Et je trouve que le fait qu'on ne parle pas juste d'un sujet, mais qu'on parle d'une personne puis son legs, ça rend un film plus durable dans le temps, si on veut. La réalisation de Je m'appelle humain, vraiment, ce qui a été important, c'est la confiance avec les protagonistes, la bonne

confiance qui s'est établie entre la production, la réalisation et les protagonistes. Le fait que la protagoniste, justement, soit en confiance et se rende vulnérable à l'écran nous ouvre sa porte. Le fait qu'elle soit quelqu'un d'intéressant et qui communique une vision touchante et universelle sur ses propos. Le fait qu'elle ait un public existant, c'est sûr que ça ne nuit pas à la connexion avec le public. Les gens qui ont déjà lu ses livres ont pu connecter plus facilement avec le [film], donc c'est sûr que ça facilite les choses. On avait un bon distributeur qui était passionné par le projet, qui a vraiment tout mis derrière pour le lancement, on avait un diffuseur qui croyait en nous aussi. Je pense que l'espèce de village autour d'une œuvre, qui veut la pousser puis lui donner une chance, c'est aussi important de le prendre en considération. Le fait d'avoir une protagoniste qui aille à la rencontre du public aussi. Je parle d'une façon très pratico-pratique, mais c'est des choses qui ont été vraiment essentielles pour le succès.

Autre participant.e:

Si on veut, chaque génération est plus woke que la précédente. Je pense qu'il y a un moment dans notre vie où on perd le fil des enjeux qui viennent avec la nouvelle génération. Pour moi, ce film-là, la façon qu'il est positionné dans le temps, risque quand même d'être capable de suivre plusieurs générations, puis d'attirer plusieurs éveils chez les gens.

- **Les Roses**

Je pense que Les Roses, c'est vraiment un moment historique important. Moi, je raconte ça à mes enfants, puis ils ont de la difficulté à croire que ça s'est passé ici. Effectivement, raconté par quelqu'un touché de très près. En fait, c'est le point de vue, comme tu dis, de l'intérieur. Les Roses aussi, c'est une famille. Il y a une connexion immédiate avec ça.

- **Godin**

Godin, sur le politicien québécois Gérald Godin, qui avait eu un bel écho parce que ça avait aussi permis de mettre en lumière une figure politique qui était méconnue, puis finalement, suite au film, on sentait que son legs avait été plus reconnu. Les écoles, les

chefs avaient suivi les choses. C'est un personnage que je trouvais positif aussi par rapport au regard sur l'immigration au Québec, qui avait un discours très, très positif sur l'intégration, sur le vivre-ensemble. Je trouve qu'il y avait un bel impact aussi auprès du public.

- ***Les Coasters***

Moi, ce serait le documentaire Les Coasters, que j'avais fait en 2016, sur le mode de vie sur la Basse-Côte-Nord, qui est une région où il n'y a pas de route près du Labrador. Ça a vraiment bien fonctionné. On n'entend pas beaucoup parler de cette région-là, mais on remplissait des salles un peu partout au Québec, en Ontario, on a fait plusieurs centaines de projections. Encore aujourd'hui, je sais que les gens l'utilisent pour montrer le mode de vie pour attirer les travailleurs là-bas, donc il y a encore un écho, puis je pense que c'est un potentiel d'avoir capturé un moment l'histoire parce que les villages rapetissent, c'est un mode de vie qui est en train de disparaître à cause du réchauffement climatique aussi.

- ***La Turlute des années dures***

On l'a produit sur trois ans. Il a été lancé en 1983. Ça parle de la Grande Dépression de la crise des années 30, avec des témoins de l'époque qui ont vécu le chômage. Il y avait 5 000 jeunes sans-abris à Montréal, les hobos, la colonisation. C'est vraiment un pan de l'histoire qui a duré quand même une dizaine d'années au Québec, qui est très méconnu. Il a été restauré, comme je disais, il a été restauré et présenté au RIDM l'an dernier. C'est extraordinaire la réaction du public, parce que ça se termine avec un cycle de la guerre. La guerre vient relancer l'économie. Évidemment, le film, c'est un documentaire musical, il y a vraiment un patrimoine musical. Les gens racontent la crise, mais de leur façon et tout, puis avec des archives et tout. Ça touche les jeunes, ça touche les gens plus âgés, ça touche toutes les générations. Dans les années 80, quand le film est sorti, c'était une flambée des taux d'intérêt de 22 % des taux hypothécaires.

En conclusion, le documentaire intemporel serait peut-être celui qui parvient à élever le particulier au rang de symbole, à capturer un moment avec suffisamment de justesse pour

qu'il demeure signifiant des décennies plus tard. Ces films, souvent portés par une approche humaine et sensible, continuent de provoquer des échos à travers les générations, parce qu'ils capturent non seulement une réalité, mais une manière d'être au monde.

3) LE SUCCÈS EN DOCUMENTAIRE : ENTRE IMPACT, AUDITOIRE ET INFLUENCE

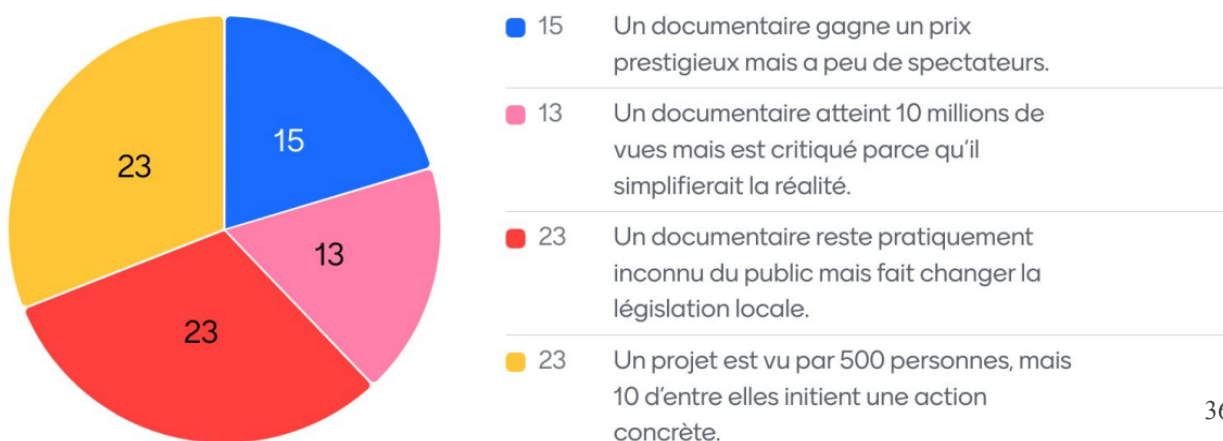
Succès commercial, critique et social, critères, tensions, rôle des festivals.

Deuxième discussion de la journée autour de la définition du succès pour un documentaire.

Pour démarrer la discussion, l'animateur invite les participant·es à voter, via la plateforme Mentimeter, pour l'une des quatre propositions illustrant différentes formes de succès documentaire. La question posée est la suivante : *laquelle de ces situations, selon vous, aura le plus grand succès?*

- *Un documentaire gagne un prix prestigieux, mais a peu de spectateurs.*
- *Un documentaire atteint 10 millions de vues, mais est critiqué parce qu'il simplifierait la réalité.*
- *Un documentaire reste pratiquement inconnu du public, mais fait changer la législation locale.*
- *Un projet est vu par 500 personnes, mais 10 d'entre elles posent une action concrète.*

Résultats en direct sur l'écran de présentation :



À égalité, avec 23 voix chacune, les propositions suivantes arrivent en tête :

- *Un documentaire reste pratiquement inconnu du public, mais fait changer la législation locale.*
- *Un projet est vu par 500 personnes, mais 10 d'entre elles posent une action concrète.*

En deuxième position, avec 15 voix :

- *Un documentaire gagne un prix prestigieux, mais a peu de spectateurs.*

En troisième et dernière position, avec 13 voix :

- *Un documentaire atteint 10 millions de vues, mais est critiqué parce qu'il simplifierait la réalité.*

Les résultats de cet exercice montrent qu'une majorité de participant·es sont plus enclin·es à percevoir l'impact social d'un documentaire comme étant garant de son succès.

Écarts entre succès commercial, critique et social

Les participant·es sont invité·es à faire une liste des critères d'évaluation du succès d'un documentaire. Exemples de critères évoqués pour susciter la discussion :

Prix prestigieux, audience élevée (en ligne ou en salle), impact social ou politique (p. ex. changement législatif), engagement communautaire (p. ex. 10 spectateur·trices sur 500 qui passent à l'action), pérennité d'une œuvre ou d'une carrière, satisfaction personnelle ou reconnaissance par les pairs.

Les critères actuels vs les critères souhaités

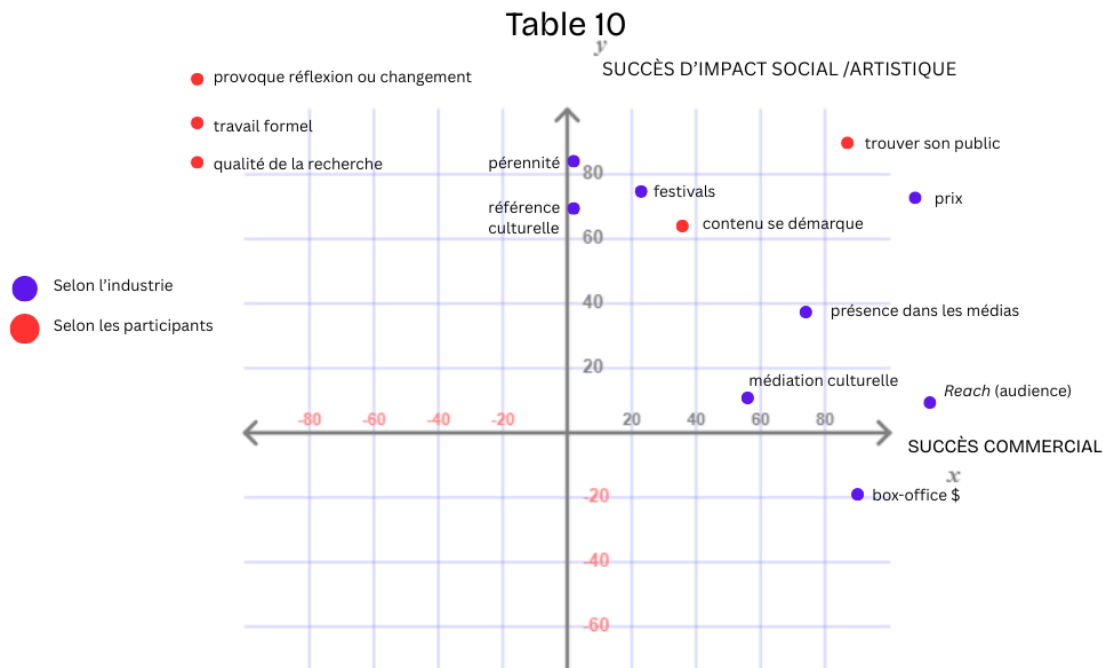
Un exercice est ensuite proposé aux participant·es : cartographier collectivement les critères de succès discutés durant leurs échanges sur un plan cartésien. Chaque table reçoit un grand carton blanc à remplir. Cette cartographie participative repose sur deux axes :

- L'axe horizontal / l'abscisse (x) représente le succès commercial
- L'axe vertical / l'ordonnée (y) représente le succès d'impact social ou artistique

Dans un premier temps, les participant·es sont invité·es à positionner les critères de succès tels qu'ils sont actuellement **définis dans l'industrie**, en utilisant des crayons à l'encre **bleue**. Dans un second temps, les participant·es répètent l'exercice en indiquant **leur perception du succès**, cette fois avec des crayons à l'encre **rouge**. Un même critère peut apparaître plus d'une fois sur la carte si le groupe souhaite illustrer un décalage entre les deux perspectives.

Exemple : un groupe peut inscrire les « revenus en salle » deux fois : en bleu pour représenter l'importance accordée par l'industrie, puis en rouge pour montrer qu'eux y accordent moins (ou plus) d'importance.

Voici un exemple du travail réalisé par l'une des tables qui a positionné les différents critères de succès qu'elle a identifiés sur le plan cartésien :



L'exercice a suscité des débats sur la définition même de « l'industrie », plusieurs participant·es soulignant que celle-ci est composée d'acteurs aux visions divergentes, ce qui rend difficile une perception uniforme du succès, comme en témoignent ces deux citations de participant·es au Forum.

« Il n'y a pas une industrie, il y a plusieurs industries. »

« Ça dépend de qui tu es aussi. Si tu es un réalisateur c'est sûr que tu veux aller dans les festivals, être vu. Alors que si tu es un distributeur, un diffuseur, tu veux que ton film soit vu, acheté, consommé par le plus grand nombre. Si on avait une échelle à faire entre les personnes qui veulent que leur film soit en salles de cinéma pour rejoindre peut-être 500-1000 personnes, versus que leur film soit vu en ligne par 100 000-125 000 personnes, c'est une bonne question à poser aux gens. Est-ce que tu fais ton film pour qu'il soit vu ou tu fais ton film pour qu'il aille en festival? (...) Je pense qu'un savant équilibre des deux, c'est la meilleure chose pour tout le monde. L'artiste, la réalisatrice, le réalisateur veut avoir une approbation critique de son film, il veut être reconnu. L'approbation des pairs qui vient par les festivals est extrêmement importante, mais aussi les producteurs, on fait quand même des œuvres pour qu'elles soient vues. Et donc, quand elles sont vues, même si c'est en ligne, qui des fois est plus confidentiel pour la réalisatrice ou le réalisateur, parce que tu es moins en contact avec ton public, mais quand tu rejoins quand même 125 000 personnes, 150 000 personnes, c'est non négligeable. Ton œuvre est vue par beaucoup de monde. »

Malgré les divergences et la complexité entourant la définition même de ce qu'est « l'industrie », l'analyse des cartes produites par les groupes fait ressortir un constat net : un écart important subsiste entre la vision dominante de l'industrie — souvent représentée par les diffuseurs et bailleurs de fonds — et les aspirations des créateurs et créatrices. Ces dernier·ères accordent une importance prioritaire à l'impact artistique et social de leurs œuvres, mais perçoivent que les

critères de succès valorisés par l'industrie sont davantage centrés sur la performance commerciale.

Nous vous invitons à consulter l'ensemble du travail des groupes de discussion pour cet exercice aux Annexes A et B.

Principaux critères de succès identifiés

L'analyse des réponses issues des différents groupes de discussion a permis de faire émerger une série de critères de succès documentaires, que l'on peut regrouper selon trois grands axes : succès commercial, succès d'impact social ou artistique et critères hybrides.

D'abord, plusieurs indicateurs relèvent clairement du succès commercial. Il s'agit notamment des *cotes d'écoute*, du *box-office*, de l'*audience*, de la *notoriété de l'équipe*, du *réalisateur ou de la réalisatrice*, de la *visibilité médiatique* ainsi que de la *présence sur les réseaux sociaux*. Ces critères sont généralement associés à la capacité d'un film à rejoindre un public élargi, à générer des revenus ou à consolider une carrière dans l'industrie.

Du côté du succès d'impact social ou artistique, les participant·es ont mis en avant des éléments tels que l'*impact social ou politique*, les *changements de perception*, la *réflexion et les débats suscités*, la *longévité de l'œuvre*, la *diffusion dans les réseaux institutionnels ou éducatifs*, la *médiation culturelle*, la *sauvegarde de la mémoire* ou encore la *qualité de la recherche*. Ces critères traduisent une volonté de transformation sociale, de transmission culturelle ou de rayonnement dans des espaces à vocation moins commerciale.

Enfin, un certain nombre de critères ont été identifiés comme hybrides, situés à l'intersection du succès commercial et du succès d'impact social ou artistique. C'est le cas notamment des *prix obtenus*, des *sélections en festival*, de la *reconnaissance du public*, de la *couverture médiatique* et du *bouche-à-oreille*. Ces éléments témoignent d'un succès qui peut à la fois renforcer la visibilité d'un film et valider sa pertinence artistique ou sociale.

Certaines tables, notamment les tables 3, 6 et 8, ont choisi de ne pas positionner leurs indicateurs de succès de manière strictement axiale sur le plan cartésien. Plutôt que de les situer précisément selon les axes du succès commercial (x) et du succès d'impact social ou artistique (y), ces

groupes ont préféré regrouper les critères dans les cadrans du tableau en fonction d'autres logiques ou facteurs de classement.

En raison de cette approche distincte, leurs données ne figurent pas dans l'analyse comparative croisée selon les deux axes. Afin de préserver la richesse de leurs apports, les critères soulevés par ces groupes sont donc présentés séparément ci-dessous.

Voici une liste des éléments mentionnés exclusivement dans les tables 3, 6 et 8, qui, selon la méthodologie adoptée, n'ont pas été positionnés selon les axes du graphique (succès commercial / impact social ou artistique)

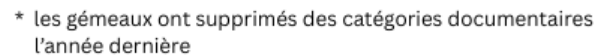
Succès d'impact social/artistique (selon les participant·es)	Succès commercial (selon les participant·es)
· Satisfaction des postes-clés · Prix et sélections en festival · Impact social · Changement des politiques/perceptions · Multiplicité des plateformes	· Auditoire · Diffusion communautaire et institutionnelle · Longévité · Couverture médiatique

Succès d'impact social/artistique (perception de l'industrie)	Succès commercial (perception de l'industrie)
· Prix et sélections en festival · Impact social · Changement des politiques/perceptions · Succès critique	· Ventes · Durée en salle · Couverture promotionnelle · Longévité d'exploitation

Succès d'impact social/artistique (selon les participant·es)	Succès commercial (selon les participant·es)
· Le film dérange, provoque et inspire d'autres · Marque les gens et change la manière de faire du documentaire · Changement social · Le public développe une nouvelle vision du sujet · Le/la documentariste est transformé·e par l'expérience	· Le succès permet à l'équipe de vivre de son travail · Succès organique, bouche-à-oreille · Un film qui dure dans le temps

Succès d'impact social/artistique (perception de l'industrie)	Succès commercial (perception de l'industrie)
· Prix Gémeaux, Écrans canadiens, Iris · Festivals et prix, nombre de sélections · Projections communautaires · Légitimité et relations avec les communautés · Changement de législation · Prise en charge par les communautés filmées · Public interpellé et mobilisé	· Recettes · Longévité en salle · Audience, cotes d'écoute, nombre de vues · Visibilité et marketing · Opportunités avec les diffuseurs · Sujet rassembleur ou connu, même polarisant · Accessibilité au grand public

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL /ARTISTIQUE



Tensions identifiées lors des discussions

Les discussions ont mis en lumière la complexité inhérente à la notion de succès dans le domaine du documentaire. Une œuvre peut, par exemple, être largement saluée par la critique sans pour autant rencontrer son public. À l'inverse, une grande visibilité ne se traduit pas nécessairement par un impact social ou culturel profond. Beaucoup de participant·es ont également souligné que le succès commercial ne va pas toujours de pair avec les ambitions artistiques ou politiques d'un projet.

« Ce serait un exercice intéressant à chaque début de projet, (...) de dire : Qu'est-ce qu'on souhaite atteindre? Et après de travailler dans ce sens-là. C'est comme un peu faire une campagne d'impact, mais tu peux faire une campagne d'impact pour aller chercher des gros festivals, tu peux faire une campagne d'impact pour aller chercher le plus de vues. (...) Et je suis d'accord avec toi, sur l'autodétermination de notre mesure de succès. Et en fait qu'elle soit reconnue par l'industrie et nos bailleurs de fonds, et qu'il y a une plus grande flexibilité de dire : nous, on le défend avec notre compagnie ou les films qu'on a faits, voici pour nous, qu'est-ce qui en a été le succès. Et pas de dire : je dois remplir une case, ça a été sélectionné là, ça a eu (...) Parce que le nerf de la guerre, c'est le financement. Et on s'entend, les bailleurs de fonds vont être sensibles en disant : est-ce que c'est une compagnie à succès ou pas à succès? »

Dans ce contexte, l'impact social d'un film, bien qu'il demeure difficile à quantifier de manière standardisée, est considéré par plusieurs comme un critère essentiel de réussite. Cette pluralité des formes de reconnaissance appelle à une redéfinition des cadres d'évaluation traditionnels, souvent centrés sur des indicateurs quantitatifs. Si, en plus, cet impact social est doublé d'une expérience cinématographique forte, il y a fort à parier que le film sera un succès aux vues des participant·es :

« Un sujet bien porté, artistiquement, va avoir un impact puis une portée (...) La qualité de la recherche, en documentaire en particulier, c'est comme regarder un

équilibriste, un artiste, un danseur, une danseuse. Tout est harmonieux. Tu ne vois pas juste la technique, tu vois l'art, tu vois tout. Puis un documentaire, je pense que c'est ça aussi quand il est très réussi. Tu ne vois pas juste : Oh, wow! Le beau plan! Oh, le beau paysage, le cadrage et tout. Ça porte le propos d'une certaine manière. Ça donne un impact émotif à ceux qui le regardent, il y a un travail artistique qui est soigné. (...) Donc, un sujet plus une signature cinématographique, égale, quant à moi, un succès. »

Le rôle ambivalent des festivals

Lors de la ronde finale de travail en groupe, les participant·es ont été invité·es à réfléchir à la manière dont les festivals pourraient contribuer à réduire l'écart entre la réalité actuelle du milieu et les aspirations exprimées. Les festivals sont ainsi présentés comme potentiels lieux de réconciliation entre valeurs et visibilité, entre potentiel succès artistique et commercial.

Les festivals occupent une place majeure dans l'écosystème du documentaire. S'ils représentent souvent des tremplins essentiels pour la visibilité médiatique, la validation par les pairs, la création de réseaux et le développement de carrière, ils ne répondent pas toujours aux aspirations des créateur·trices. Cependant, comme le mentionne un participant, il est aussi impossible de demander aux festivals de répondre à toutes ces demandes.

« Ils font déjà ce qu'ils peuvent faire, les festivals. Un festival, c'est positif dans ce sens que ça rejoint un public généralement déjà cultivé par rapport au documentaire. Je doute qu'un public général se précipite dans les salles. La bonne nouvelle, c'est que quand même, ça remplit des salles de public cultivé qui viennent voir en festival. Ça, c'est déjà fait et ça apporte une notoriété parce qu'il y a la remise de prix, il y a une couverture. (...) Je pense qu'il ne faut pas donner au festival davantage de tâches. Ce n'est pas à eux d'apporter des solutions. Ils montrent déjà des films et on est tous dépendants d'un critère subjectif de sélection qui peut parfois nous favoriser et parfois ne pas nous favoriser, mais on ne peut pas changer ça. Les programmeurs, c'est comme nous. Ils jouent leur peau à chaque festival, voir si la sélection qu'ils

font attire du monde. Puis souvent ils réussissent. On n'est pas content quand on n'est pas choisi, mais on est très content quand on est choisi. »

Les forces des festivals sont indéniables : ils offrent une reconnaissance professionnelle, attirent l'attention des médias et favorisent les rencontres clés dans le parcours d'un film. Toutefois, plusieurs limites ont été soulevées : l'inaccessibilité géographique ou sociale de certains événements, les processus de sélection parfois opaques, la logique de premières exclusives qui restreint la circulation des œuvres et le manque de retombées concrètes une fois le festival terminé.

« Je ne peux peut-être pas me rendre à Rouyn-Noranda, je ne peux peut-être pas me rendre à Montréal, je ne peux peut-être pas me rendre à Shanghai. Mais mon film, lui, par contre, si je peux le voir, c'est sous quelle forme? En dehors du contexte du festival, est-ce que le festival ne pourrait pas propulser une sélection? Est-ce que ça pourrait être ce genre de choses-là? Mais j'évoque l'idée que moi, déjà, depuis 2022, mes films tournent, mais personne ne les voit dans mon milieu. Mais ça tourne dans plein d'autres pays. Quand je veux le présenter, il faut que je fasse une demande officielle (...) Comment, moi, ça peut m'aider à quelque part comme cinéaste? »

Pour mieux répondre aux besoins du milieu documentaire, les participant·es recommandent d'encourager la diffusion scolaire et communautaire, d'intégrer des films en dehors des circuits traditionnels de reconnaissance, de valoriser les projets à fort impact social et de réimaginer les formats de réseautage pour les rendre plus inclusifs et durables.

Conclusion : Une notion de succès multiple et subjective

En 2025, le succès d'un film documentaire ne devrait plus être défini uniquement par son auditoire ou par les prix remportés. Beaucoup de participant·es ont souligné que l'accès aux programmes de financement — notamment ceux de la SODEC et de Téléfilm — ne devrait pas dépendre exclusivement d'indicateurs traditionnels, tels que les prix ou les sélections dans des

festivals dits de « type A », qui ne reflètent pas la diversité des formes que peut prendre le succès documentaire.

« Pour être financé, pour pouvoir faire le film... Il faut avoir une feuille de route qui a des sélections en festival, tandis que les mesures d'impact ne permettent pas de quantifier l'impact social, l'impact humain, l'impact concret sur le terrain. Peut-être que c'est ça que nous, on voudrait mettre en rouge, c'est de permettre une autodétermination, peut-être dans les mesures d'impact, les mesures de succès de son projet, de sa propre carrière aussi. Parce que ça peut dire plein de choses pour différentes personnes. Ça dépend tellement des projets. (...) Si je comprends bien ce que tout le monde dit, c'est peut-être ça notre souhait : autodéterminer ces mesures de succès. »

La notion d'autodétermination est revenue fréquemment dans les discussions. Plusieurs ont proposé que ce soit la compagnie de production et/ou l'équipe derrière un film qui définisse, en amont de sa sortie, les objectifs et indicateurs pertinents à leur démarche. Le succès pourrait alors être évalué à partir de ces repères spécifiques, plutôt que selon des standards imposés de l'extérieur.

« Moi, je pense que la flexibilité, c'est un des mots-clés. Mais c'est sûr qu'il y a des éléments qui ne sont même pas là (dans l'exercice) et qui devraient y être. C'est justement souvent les deux paramètres pour catégoriser les projets, le succès artistique et le succès commercial, et puis toutes les autres formes de distribution ne sont même pas prises en compte. Si je parle de, par exemple, de préservation des mémoires des communautés. Des fois, un documentaire, il va exister rien que pour ça, pour préserver la mémoire d'une communauté et pour passer une transmission de tradition, des choses comme ça, et rien que pour ça, il est important. (...) C'est sûr qu'il y a des éléments qui ne sont même pas discutés ici. C'est ça que je trouve dommage, il faut commencer à valoriser à quoi les documentaires se prêtent et s'ils atteignent ces objectifs en particulier. »

Une vision plurielle et inclusive du succès est nécessaire pour refléter la diversité des pratiques et des intentions documentaires. Le succès d'un film ou d'une série documentaire ne peut être réduit à un indicateur unique. Il varie en fonction des projets, des intentions de création et des publics visés.

Dans cette perspective, plusieurs propositions émergent : développer des indicateurs d'impact mieux adaptés aux réalités du documentaire, permettre aux créateur·trices de définir leurs propres critères de succès ainsi que repenser en profondeur les mécanismes de reconnaissance et de financement pour qu'ils reflètent la diversité des formes de réussite documentaire.

Les festivals jouent un rôle central dans l'atteinte des indicateurs de succès, tant artistiques que commerciaux, notamment en ce qui concerne les critères que nous avons précédemment qualifiés d'hybrides : *prix reçus, sélections officielles, reconnaissance du public, couverture médiatique et bouche-à-oreille*. Les lauriers et les prix obtenus dans ces événements sont une marque de reconnaissance du travail artistique accompli sur un film.

Toutefois, bien qu'ils offrent une visibilité précieuse et servent de tremplin au cinéma documentaire — le plus souvent d'auteur — il demeure difficile de leur attribuer à eux seuls la responsabilité de combler l'écart entre les réalités du milieu et les aspirations des créateurs et créatrices. Une proposition fréquemment exprimée au cours des discussions souligne la nécessité d'un engagement accru d'autres acteurs disposant de ressources plus importantes, en particulier les plateformes en ligne et les télédiffuseurs, afin d'établir des partenariats de diffusion avec les festivals. Ces collaborations pourraient contribuer à élargir la portée des œuvres et à soutenir plus efficacement la diversité des formes que peut prendre le succès documentaire.

Un consensus semble émerger autour de l'idée que le succès d'un documentaire repose sur un équilibre complexe entre visibilité, mobilisation du public, reconnaissance, pérennité de l'œuvre et capacité à générer une transformation sociale. Le poids accordé à chacun de ces facteurs varie toutefois selon la nature et les objectifs propres à chaque film.

4) RÉALISER DES DOCUMENTAIRES AU QUÉBEC

Règles et rôles, synthèses par table, constats, pistes d'action, contraintes, problèmes, barrières, accessibilité et engagement.

Cette discussion visait à réfléchir aux impacts des règles encadrant le contenu canadien sur le travail des cinéastes au Québec. Afin d'ouvrir la conversation sur ce qui devrait définir un « film canadien », les participant·es ont été invité·es à dresser un portrait concret de leurs situations de production, en s'appuyant sur des films auxquels ils ou elles ont récemment participé.

Pour orienter les échanges, les questions suivantes ont servi de point de départ :

- Quel était le nom du film?
- Quels étaient les rôles clés de la production?
- De quoi parlait le film?
- Où le film a-t-il été tourné?
- Où se trouvaient vos collaborateurs?
- D'où provenait le financement?

Ces questions ont permis de faire émerger une diversité de réalités de production et de mieux comprendre comment les critères de financement, les contextes de tournage et les exigences de contenu canadien influencent la création documentaire au Québec.

Pour plus de détails sur les films mentionnés dans chacune des tables, leurs rôles créatifs, leurs sujets, leurs lieux de tournage, leurs collaborateurs et leurs mécanismes de financement, nous vous invitons à consulter l'Annexe C.

Constats transversaux

Les équipes, souvent réduites et multi-casquettes, assument une charge invisible considérable, rarement reconnue ni budgétée, notamment autour des tâches de distribution et de recherche. Sur le

plan de la production, la coproduction et les exigences liées au contenu canadien génèrent des tensions entre la conformité réglementaire, notamment par rapport au système de pointage des crédits d'impôt, et la réalité des collaborations internationales. Les festivals, de leur côté, imposent souvent des contraintes de première qui limitent la circulation des œuvres et leur visibilité à l'étranger.

L'émergence des technologies, notamment l'intelligence artificielle et les plateformes numériques, ouvre de nouvelles opportunités pour la création et la diffusion, tout en soulevant d'importants enjeux éthiques et artistiques. Enfin, les créateurs autochtones appellent à la mise en place d'un cadre spécifique², élaboré de manière concertée avec les communautés concernées et les instances institutionnelles, afin d'assurer un développement équitable, respectueux et durable.

Pistes d'action :

1. Fonds agiles pour tournages d'actualité et micro-avances de trésorerie.
2. Reconnaissance du travail invisible.
3. Souplesse pour coproductions où l'expertise locale est essentielle.
4. Volet autochtone distinct avec critères et enveloppes dédiées.
5. Délais décisionnels encadrés et rétroaction garantie
6. Soutien technologique : formation, archivage, pérennité des œuvres

Contraintes financières et de financement :

- Forte dépendance à un nombre limité d'institutions de financement.
- Difficultés à diversifier les sources de financement privées, ce qui renforce la dépendance aux subventions publiques.
- Peu d'opportunités pour les cinéastes indépendants et de mi-carrière, coincés entre émergence et production établie.

² À noter qu'il existe le guide *Protocoles et chemins cinématographiques : Un guide de production médiatique pour la collaboration avec les communautés, cultures, concepts et histoires des peuples des Premières nations, Métis, et Inuit*, publié par ImagineNATIVE le 15 mai 2019 :

<https://imaginenative.org/wp-content/uploads/2022/08/OSPP-Guide-FR.pdf>

Problèmes de distribution et de découvrabilité :

- Difficultés à obtenir des ententes de distribution solides : plusieurs films restent confinés aux festivals et n'ont pas accès à un distributeur.
- Manque de budgets marketing et de soutien promotionnel, forçant les cinéastes et les compagnies de production à assurer eux-mêmes la mise en marché.
- Le marché des salles de cinéma ne soutient pas assez le cinéma québécois et encore moins le documentaire.
- Les algorithmes des plateformes favorisent les contenus grand public et anglophones, limitant la visibilité du documentaire québécois.

Barrières systémiques et institutionnelles :

- Changements trop lents en matière de diversité et d'inclusivité dans les jurys et à la barre des comités de financement.
- Lenteurs bureaucratiques dans les retours entraînant des délais importants.
- Difficultés à financer des projets atypiques ou hors formats conventionnels.

Accessibilité linguistique et culturelle :

- Soutien limité à la traduction et au sous-titrage, freinant l'exportation internationale.
- Perception d'un biais défavorable envers les films tournés dans des langues autres que le français ou l'anglais : les télédiffuseurs refusent souvent les documentaires dont la langue originale n'est pas le français, même lorsqu'ils sont entièrement sous-titrés, ce qui restreint fortement la diffusion des œuvres tournées dans d'autres langues.

Diffusion auprès du public et accès aux œuvres :

- Absence de plateforme centralisée regroupant les films québécois, limitant leur visibilité.
- Sous-exploitation du secteur de l'éducation comme marché potentiel et vecteur de transmission culturelle.

Conclusion

Les participant·es ont mis l'accent sur les défis auxquels ils font face, en soulignant la nécessité de modèles de financement plus flexibles, d'un meilleur soutien aux canaux de distribution, d'un renforcement des appuis institutionnels et d'initiatives favorisant la présence du documentaire québécois sur les grands écrans. Ils insistent également sur l'importance de mieux outiller les stratégies pour rejoindre et mobiliser le public.

Dans l'ensemble, les discussions révèlent un milieu documentaire à la fois inventif et fragilisé, où une grande vitalité créative se heurte à des structures de soutien encore mal adaptées à ses réalités.

5) REJOINDRE LES PUBLICS À L'ÈRE DU STREAMING

Perte de visibilité des œuvres, propriété et contrôle, ressources insuffisantes, défis de découvrabilité.

Dans un contexte où les plateformes numériques redéfinissent les modes d'accès et de visibilité des œuvres, les participant·es ont été invité·es à réfléchir aux moyens de mieux rejoindre leurs publics sur ces nouveaux territoires virtuels. Les échanges ont porté notamment sur les besoins en matière de soutien marketing et de découvrabilité ainsi que sur les enjeux de propriété et de contrôle des contenus.

En notant et en partageant leurs idées, les groupes ont discuté des obstacles et des stratégies émergentes liés à la présence du documentaire québécois sur les plateformes de diffusion en continu.

Cette discussion a permis de mettre en évidence une série d'enjeux : la perte de visibilité des œuvres québécoises et francophones dans un marché numérique dominé par les géants du Web et les grandes plateformes, la question de la propriété et du contrôle des contenus, le manque de ressources pour le marketing et la promotion ainsi que l'absence d'un cadre institutionnel clair pour soutenir la découvrabilité.

La section suivante résume les échanges, présentés par table (Tables 1 à 10).

(T1) Les échanges de cette table ont porté sur la difficulté croissante à rendre les films visibles dans un environnement numérique saturé. Les participant·es ont souligné l'importance d'un soutien structuré à la découvrabilité, incluant la visibilité sur les moteurs de recherche et la protection de la diversité culturelle francophone. Ce travail est spécialisé et nécessite des connaissances que les réalisateurs et producteurs n'ont pas pour la plupart. La question du soutien à la découvrabilité et au marketing devrait être adressée aux distributeurs, puisque ce sont eux qui possèdent l'expertise pour rejoindre les publics avec les œuvres. Du point de vue des réalisateur·trices, l'objectif premier est que le film soit vu, et non de déterminer comment il doit l'être ou quel public cibler. La question posée est celle du droit à la visibilité : comment, en tant que documentariste, faire valoir son travail dans un contexte où les œuvres se perdent parmi des centaines, voire des milliers d'autres, rendant la diffusion presque impossible? Sur Tënk, où près de 40 % de la programmation est québécoise, un grand nombre de films circulent chaque année. L'équipe souligne l'importance de structurer les données en ligne — biographies de cinéastes, synopsis, titres et informations factuelles — afin que les moteurs de recherche puissent les lire et les relier efficacement. Ce travail sur la base technologique du site vise à améliorer la découvrabilité des œuvres et à renforcer leur visibilité numérique. En cinéma, les œuvres évoluent dans une mer d'informations fragmentées en marchés — Québec, Canada, Amérique du Nord, Europe — qui communiquent peu entre eux. La circulation repose surtout sur des contacts personnels entre distributeurs et agents de vente, limitant le nombre de films qui atteignent un public international. Avant même les outils numériques, plusieurs rappellent l'importance de choisir le bon moment pour lancer un film. Qu'il soit distribué seul ou avec un distributeur, il existe une courte fenêtre d'environ six mois pour susciter l'intérêt des plateformes et des acheteurs. Passé ce délai, si le sujet perd en actualité, la visibilité du film chute rapidement. La discussion a également abordé les obstacles financiers : les documentaires, souvent perçus comme peu rentables, peinent à obtenir un appui promotionnel adéquat. Un participant suggère l'exploration de technologies comme le doublage automatisé pour franchir les barrières linguistiques.

(T2) Les participant·es ont mis en avant la complexité du partage des droits : plusieurs cinéastes se sentent dépossédés de leur œuvre lorsque le distributeur conserve les droits sans assurer une diffusion efficace. L'idée d'une distribution plus collaborative et d'un partage plus équitable des

droits a été proposée. Dans les faits, le grand public se tourne majoritairement vers les mêmes plateformes de diffusion en continu : Netflix, Amazon, Crave ou Disney+. Dans ce contexte, les documentaires québécois, souvent produits à petite échelle, peinent à y trouver leur place. Leur faible présence sur ces plateformes réduit considérablement leur visibilité auprès des spectateurs et limite leur potentiel de rayonnement. Le besoin d'une plateforme québécoise centralisée regroupant les films nationaux est ressorti, tout comme celui d'intégrer les films aux institutions éducatives par le biais de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ). Le groupe a insisté sur l'importance d'inclure les coûts de découvrabilité dans les budgets de production et d'appuyer davantage les réalisateurs dans la promotion de leurs œuvres. Plusieurs estiment qu'il serait pertinent de reconnaître la participation du réalisateur ou de la réalisatrice à la mise en marché de son film comme une dépense admissible. Le fait de rémunérer ce travail et de le rendre admissible au crédit d'impôt constituerait un investissement judicieux. Les participant·es constatent que le public n'a jamais autant consommé de documentaires qu'aujourd'hui, mais principalement à domicile. Le format séduit, mais requiert une certaine disposition d'esprit, ce qui rend les visionnements en salle plus rares. Cela étant dit, le public consomme encore très peu les documentaires sur les plateformes des télédiffuseurs, où les chiffres de visionnement demeurent bas. Le défi ne réside probablement pas dans l'intérêt du public, mais dans l'accessibilité : il faut rendre les documentaires plus présents et plus visibles sur les plateformes de diffusion en ligne.

(T3) Cette table a exploré le rôle des algorithmes et de la personnalisation dans la découvrabilité. Les participant·es ont évoqué la nécessité de systèmes de recommandation adaptés au contenu culturel québécois, inspirés des pratiques de plateformes internationales. Plusieurs soulignent l'importance d'un accompagnement dans la découvrabilité des œuvres. Sur des plateformes comme Netflix, où des centaines de documentaires coexistent, le public a besoin d'un repère, d'une recommandation personnalisée qui oriente son choix sans avoir à parcourir indéfiniment les catalogues. Une meilleure mise en valeur éditoriale et un référencement plus efficace permettraient d'accroître la visibilité des documentaires québécois. Une découvrabilité est bienvenue si elle permet au public d'accéder plus facilement à des contenus pertinents. Par exemple, une personne qui regarde souvent des documentaires sur la musique se verra naturellement proposer des contenus similaires, mais ce type de ciblage risque de limiter l'exposition à d'autres sujets. L'enjeu

consiste donc à dépasser les stratégies purement algorithmiques de mise en valeur en favorisant à la fois la pertinence et la véritable découverte, sans enfermer le public dans un silo thématique. Plusieurs évoquent l'importance de la sélection éditoriale effectuée par des humains, dans un environnement dominé par les algorithmes. Comme sur les plateformes musicales, où les recommandations tendent à reproduire les mêmes contenus, une participante exprime un besoin de médiation, incarnée par des éditeurs de contenu capables d'élargir les horizons et de susciter la curiosité. Des initiatives comme celle d'Apple Music, qui confie à des personnalités culturelles, telles que Georges Stroumbouloupoulos, un rôle d'éditeur de contenu, illustrent le potentiel de cette approche pour favoriser des découvertes plus riches et plus diversifiées. Cette approche pourrait porter fruit pour le cinéma documentaire. Ils ont souligné le manque de soutien promotionnel local et la nécessité de bâtir une marque nationale forte pour les documentaires, à l'image des stratégies autour des séries noires scandinaves ou du cinéma sud-coréen. L'enjeu dépasse la simple question linguistique : il s'agirait de développer une identité forte, québécoise ou canadienne, capable de se positionner dans un écosystème dominé par les grandes plateformes internationales. Plusieurs rappellent que ces dernières accordent peu d'importance au contenu en français, comme l'ont d'ailleurs reconnu certains acteurs lors des audiences du CRTC.

Il fut un temps où le Royaume-Uni et le Canada étaient reconnus comme des chefs de file du documentaire international, produisant des œuvres d'une très grande qualité, avec l'ONF comme vitrine exemplaire. Aujourd'hui, cette position s'est largement érodée. D'autre part, les coproductions internationales se font plus rares et leur mise en place est devenue extrêmement difficile. Le contexte économique canadien y contribue : un dollar faible, des licences modestes, des coûts de production élevés et des financements intérimaires jugés insuffisants. Pourtant, lorsqu'elles parviennent à se concrétiser, les coproductions offrent une visibilité internationale intéressante. Le problème réside aussi dans la manière dont cette visibilité est comptabilisée et valorisée. Au Québec comme au Canada, la reconnaissance médiatique demeure centrée sur les sorties en salle et les festivals à fort capital symbolique, tandis que la diffusion télévisuelle internationale, pourtant souvent plus large en audience, reste largement sous-estimée. Cette disparité de perception contribue à affaiblir la reconnaissance du documentaire canadien sur la scène mondiale.

(T4) Les participant·es ont insisté sur la spécialisation nécessaire à la découvrabilité, qui ne peut être improvisée. Elle requiert des compétences précises en référencement (SEO), en relations de presse et en gestion des métadonnées. Un intervenant rappelle que les systèmes de recommandation fondés sur l'intelligence artificielle reposent sur des logiques de comparaison mécaniques, dépourvues de véritable compréhension ou de sensibilité. L'intelligence artificielle, souligne-t-il, ne crée rien : elle reproduit. Les participant·es ont également mis en évidence les effets pervers d'algorithmes biaisés, qui favorisent les contenus populaires au détriment des documentaires indépendants, ainsi que la difficulté persistante d'obtenir une couverture médiatique adéquate. Plusieurs regrettent que la découvrabilité soit presque toujours pensée à travers la promotion des nouveautés, sans réelle réflexion sur la valorisation des œuvres récentes, souvent retirées des plateformes un ou deux ans seulement après leur sortie. Cette logique de renouvellement constant renforce l'éphémérité des œuvres, perçue comme incompatible avec la nature du documentaire, qui prend des années à produire et repose sur un travail de fond. La découvrabilité passe par un travail technique exigeant : structuration des données, optimisation des mots-clés, mise à jour régulière des outils numériques et présence sur de nombreuses bases en ligne (IMDb, Wikipédia, etc.). Ce travail constant demande du temps, des ressources et une expertise spécifique. À cela s'ajoute la dimension humaine, tout aussi essentielle : mobilisation des communautés, relations de presse et visibilité médiatique, malgré l'intérêt limité des médias traditionnels pour le documentaire. Des initiatives communautaires et des collaborations plus fluides entre créateurs, distributeurs et équipes de communication ont été proposées, de même qu'une reconnaissance de la découvrabilité comme un métier à part entière, qui devrait être davantage soutenu et financé par les institutions.

(T5) Cette table a soulevé un enjeu central : l'incompatibilité entre les dépenses de découvrabilité et les crédits d'impôt au Québec. Cette contrainte empêche plusieurs producteurs d'investir dans la promotion. Certains organismes exigent désormais un plan stratégique de découvrabilité pour le financement, mais peu de ressources accompagnent cette exigence. Une participante relate une expérience vécue au sein d'un jury d'un fonds majeur pour les séries Web de non-fiction. Dans ce programme, la présentation d'un plan stratégique et d'un budget de découvrabilité est obligatoire, au même titre que le plan de production ou le devis budgétaire. Certains projets ont d'ailleurs été

refusés, non pas pour des raisons de contenu, mais en raison de la faiblesse de leur plan de découvrabilité. Cet exemple illustre l'importance croissante accordée à la découvrabilité dès la phase de développement, particulièrement pour les projets destinés au Web et aux plateformes numériques, mais aussi qu'il revient au producteur de devoir dépenser des sommes importantes pour avoir des plans de découvrabilité rédigés par des experts. Les participant·es ont également insisté sur la formation de spécialistes, l'adaptation des stratégies selon les publics (Facebook, Instagram, TikTok), et la nécessité d'intégrer la découvrabilité dès la production. Certains soulignent l'écart persistant entre les ressources accordées à la fiction et celles disponibles pour le documentaire. Les productions de fiction québécoises bénéficient souvent de budgets de plusieurs millions, incluant des enveloppes substantielles pour la promotion, alors que le documentaire demeure largement sous-financé à ce niveau. Rejoindre son public devient alors un véritable travail de moine : il faut à la fois atteindre des publics de niche et des auditoires plus larges, en adaptant les stratégies à chaque génération et à chaque plateforme. Cela demande beaucoup de temps — souvent non rémunéré — ainsi que des compétences hautement spécialisées.

(T6) Une piste concrète évoquée consiste à encourager les maisons de production à maintenir des sites Web à jour et bien structurés, où leurs films sont facilement accessibles et liés aux plateformes de diffusion. L'objectif n'est pas de faire en sorte que le public consulte en premier les sites des compagnies, mais plutôt de multiplier les points d'accès et de croiser les chemins de découvrabilité Web, afin que les œuvres puissent être trouvées le plus facilement possible en ligne. La question de l'exclusivité des plateformes (Amazon Prime, iTunes, TOU.TV) a été soulevée, de même que le rôle d'agrégateurs comme h264. Les participant·es ont plaidé pour une meilleure rémunération du travail de marketing et une reconnaissance du temps investi par les cinéastes pour assurer la promotion. Les médias sociaux sont perçus comme un outil de démocratisation permettant un contact direct avec le public, bien que leur efficacité demeure inégale selon les projets. Les participant·es soulignent la nécessité de rémunérer adéquatement les personnes chargées de la découvrabilité, qu'il s'agisse de créateurs, de producteurs ou de spécialistes du marketing. Développer un public est perçu comme un investissement essentiel pour l'avenir du documentaire, mais cette tâche ne devrait pas reposer sur du travail non rémunéré. Plusieurs notent que l'apparition de nouveaux programmes exigeant la présentation d'un plan de découvrabilité

constitue un incitatif à y réfléchir dès la conception du projet. Cependant, dans la pratique, ces plans sont souvent réalisés uniquement pour répondre aux critères de financement, puis abandonnés faute de temps, d'énergie ou de ressources en fin de production. Les participant-es insistent sur l'importance de maintenir cet engagement jusqu'au bout du processus.

(T7) Les échanges ont porté sur le lien entre possession des droits, marketing et découvrabilité. Au-delà des enjeux financiers, plusieurs ont souligné que le véritable nerf de la guerre réside désormais dans la conception même des algorithmes de recommandation. Ces outils déterminent la visibilité des œuvres : un film peut être relégué derrière plusieurs autres traitant du même sujet sans que ses créateurs n'aient de prise sur ce classement. Certains rappellent toutefois que, malgré l'importance croissante des algorithmes, les leviers plus traditionnels de découvrabilité demeurent essentiels. Lorsque le financement le permet, les stratégies incluent l'achat de mots-clés pour optimiser la présence dans les moteurs de recherche, les relations de presse auprès des médias traditionnels, les campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux et la production de contenus promotionnels. Plusieurs études confirment d'ailleurs que la recommandation par les médias ou le bouche-à-oreille comptent aujourd'hui parmi les vecteurs de visibilité les plus efficaces pour le documentaire. Le modèle du Fonds Bell est souvent cité comme une pratique exemplaire en matière de soutien à la promotion. Pour les séries Web, il prévoit une enveloppe distincte d'environ 50 000 dollars spécifiquement consacrée à la mise en marché et entièrement indépendante du budget de création. Ce soutien permet aux producteurs de développer leurs propres stratégies promotionnelles, comme l'affichage sauvage ou les campagnes ciblées sur les réseaux sociaux. La SODEC a introduit un programme similaire pour le long métrage, offrant une enveloppe promotionnelle réservée aux producteurs et un assouplissement des règles d'aide à la distribution afin de permettre une gestion plus directe des campagnes en cas d'auto-distribution. Toutefois, certains soulignent que la présence d'une enveloppe promotionnelle distincte peut parfois entraîner un désengagement du diffuseur, qui transfère alors la responsabilité de la mise en marché au producteur. Les pratiques de promotion ont également évolué vers des stratégies de ciblage de plus en plus précises. Certaines équipes de production identifient des personas, analysent leurs habitudes médiatiques et leurs comportements de consommation afin d'adapter les campagnes publicitaires, notamment sur les réseaux sociaux. Ce travail d'analyse fine permet de maximiser

l'efficacité du dollar publicitaire et de mieux orienter les efforts de diffusion. Cependant, le boycott actuel de Meta (Facebook et Instagram) par plusieurs diffuseurs, en réaction au blocage des nouvelles canadiennes sur ses plateformes, crée un obstacle majeur. Cette situation empêche les producteurs d'y acheter de la publicité et limite leur capacité à rejoindre le public là où il se trouve encore massivement. Plusieurs s'inquiètent des effets pervers de cette stratégie, qui risque de réduire davantage la visibilité des contenus culturels québécois. Les participant·es soulignent aussi la difficulté pour les plateformes indépendantes d'obtenir une véritable visibilité, leurs chiffres d'audience demeurant très faibles. Au Québec, le public reste largement fidèle aux médias traditionnels, et la plateforme TOU.TV domine toujours le marché francophone en ligne. Crave est mentionnée comme la seule plateforme en croissance, notamment grâce à ses partenariats avec des marques fortes comme HBO et à ses acquisitions stratégiques. Elle amorce une ouverture à la production francophone, bien que cette diversification demeure très limitée dans le domaine du documentaire. Enfin, la question des droits de diffusion suscite également des discussions. La négociation de droits non exclusifs sur certains marchés, notamment le secteur éducatif, permet parfois aux producteurs de préserver certaines sources de revenus. Toutefois, un nombre croissant de diffuseurs exigent désormais que les œuvres ne soient pas vendues à d'autres plateformes éducatives, restreignant ainsi cette flexibilité.

(T8) Les discussions ont mis en lumière le manque de données sur les publics cibles et l'importance de mieux comprendre les nouvelles habitudes de consommation. On dispose de très peu d'informations sur qui va voir les films en salle. Les réseaux sociaux et les influenceurs sont perçus comme des leviers essentiels, bien qu'il soit difficile d'en mesurer l'impact réel sur la fréquentation. Les plateformes changent constamment leurs règles de publicité, ce qui limite fortement la capacité des équipes à atteindre leur public cible. Les participant·es ont également souligné une fracture générationnelle : les jeunes consomment des contenus fragmentés sur TikTok, tandis que les publics plus âgés demeurent attachés aux formats traditionnels. Cette diversité exige des stratégies de promotion différenciées selon les publics. On mentionne aussi que le poste de la personne responsable des médias sociaux dans les équipes de production est peu valorisé, malgré son importance. Un autre enjeu important concerne le décalage entre l'engagement en ligne et l'engagement réel : même lorsque des gens cliquent ou indiquent qu'ils

participeront à un événement, cela ne se traduit pas nécessairement par une présence en salle. Du côté des festivals, on observe que, malgré une forte croissance des abonnés et de l'engagement sur les réseaux sociaux, il demeure difficile d'en mesurer l'effet sur l'achalandage. Les actions ciblées vers des communautés précises semblent plus efficaces que l'engagement général. Les organisations culturelles font aussi face à un défi majeur : le vieillissement du public en salle et la difficulté d'attirer de nouvelles générations, malgré les efforts sur TikTok et Instagram. Enfin, au-delà des campagnes sur les réseaux sociaux, une stratégie jugée efficace consiste à créer des contenus connexes au documentaire pour rejoindre d'autres publics. Pour une série destinée aux jeunes mais diffusée sur une chaîne dont ce n'était pas l'audience naturelle, l'équipe a produit des balados courts pour les 30 ans et moins, reprenant les codes populaires auprès des jeunes. Ces contenus, centrés sur la thématique du rapport des hommes au sport, renvoyaient systématiquement au documentaire, permettant à toute personne qui les découvrait sur YouTube de faire le lien avec le film et d'être incitée à le visionner.

(T9) La discussion s'est centrée sur la propriété intellectuelle et le rôle des institutions. Les participant·es rappellent que les films plus anciens demeurent largement invisibles en ligne. Plusieurs propositions émergent : exploiter davantage des outils comme Wikipédia et Wikidata pour améliorer le référencement, et développer une plateforme de diffusion québécoise centralisée afin de mieux regrouper et valoriser les œuvres. La question de l'accès démocratique aux contenus revient fréquemment. Certain·es participant·es estiment qu'il incomberait désormais aux institutions de prévoir un budget dédié à la mise en ligne et à l'agrégation des œuvres, plutôt que de laisser cette responsabilité — et ces coûts — aux producteurs. Il est également souligné que les moteurs de recherche favorisent d'emblée les œuvres en anglais, ce qui accentue les inégalités de visibilité. Un intervenant insiste sur l'instabilité structurelle de l'environnement numérique. Selon cette personne, les pratiques actuelles peuvent être bouleversées du jour au lendemain par les décisions des grandes entreprises technologiques (GAFAM), obligeant tout le milieu à repartir à zéro. En se basant sur une longue expérience en distribution, elle décrit un écosystème fragile et fluctuant, un terrain mouvant qui empêche l'établissement de repères durables. Les professionnel·les doivent sans cesse s'adapter : il n'est plus possible de s'appuyer sur des acquis ou de reproduire un modèle éprouvé d'un film à l'autre. Certain·es participant·es proposent

d'imposer aux plateformes des obligations d'acquisition de contenu canadien. Si la Loi C-11 prévoit déjà une contribution financière, il est suggéré de s'inspirer du modèle radiophonique, où un pourcentage minimal de contenus francophones doit être diffusé, et d'appliquer des exigences similaires aux plateformes numériques. Un exemple concret est évoqué concernant la plateforme Tënk : après une période de diffusion réservée aux membres, un film peut rester accessible grâce à une option de location, permettant au public de le visionner même en dehors de la fenêtre de mise en ligne initiale. Selon les participant·es, ce modèle favorise la visibilité continue des œuvres. Enfin, certain·es soulignent l'importance d'une meilleure coordination entre les distributeurs indépendants. Même lorsque des distributeurs disposent de leur propre plateforme, les films qu'ils représentent ne restent pas toujours accessibles. De plus, certain·es refusent de recourir aux services d'agrégation, malgré l'aide à la mise en marché offerte par la SODEC. Selon cette perspective, il devrait exister une obligation pour les distributeurs d'assumer les frais d'agrégation afin de garantir une accessibilité accrue et durable des œuvres.

(T10) Cette table a approfondi la question des métadonnées comme levier essentiel de la découvrabilité. Les participant·es ont souligné que les algorithmes reposent sur des données structurées, encore trop peu maîtrisées par les créateurs et créatrices. Il existe un manque à gagner important dans la compréhension du langage « machine à machine ». Les discussions ont mis en avant la nécessité de mieux réglementer le partage des données par les plateformes et de former des spécialistes capables d'optimiser la visibilité des œuvres. La création de plateformes locales interconnectées et l'établissement de relations de confiance entre producteurs, distributeurs et plateformes ont également été identifiés comme des priorités pour renforcer la découvrabilité du contenu québécois. Un·e participant·e a rappelé l'importance cruciale de disposer de données précises pour orienter la mise en marché. Connaître le nombre d'entrées ou de clics par territoire permettrait d'identifier les marchés les plus porteurs et d'adapter les stratégies de diffusion en conséquence. Un parallèle a été établi avec le secteur du tourisme, où les outils numériques permettent déjà de suivre les déplacements, les comportements d'achat et les lieux visités, montrant à quel point une meilleure utilisation des données pourrait transformer la manière dont les œuvres sont positionnées et diffusées. Certain·es participant·es considèrent qu'une réglementation plus ferme est nécessaire pour obliger les grandes plateformes comme Netflix à

mettre réellement en valeur le contenu canadien. Même si ces plateformes sont tenues d'inclure un certain volume d'œuvres canadiennes, celles-ci demeurent souvent difficilement repérables. Selon cette perspective, les plateformes devraient être tenues de créer des listes de lecture ou des espaces de mise en avant clairement identifiés, ce qui nécessite une intervention réglementaire afin d'assurer une véritable découvrabilité. D'autres mettent toutefois en garde contre une approche strictement réglementaire qui pourrait produire des effets contre-productifs. Ils citent l'exemple de sections « Canadian shows » où sont intégrés des contenus n'ayant de canadien que la présence d'un acteur, sans lien réel avec la production nationale. Pour ces personnes, le véritable enjeu réside dans l'accès aux données détenues par les plateformes. Les classements tels que les « top 10 » reflètent davantage les stratégies promotionnelles internes que les comportements réels du public. Une transparence accrue sur qui regarde quoi, où et quand permettrait aux créateur·trices et aux distributeurs d'identifier les communautés qui répondent le mieux à certains types d'œuvres et d'adapter leurs stratégies en conséquence. L'accès à ces données apparaît donc comme le levier le plus efficace pour améliorer la découvrabilité. Les participant·es ont aussi souligné l'importance d'éviter de cantonner les œuvres autochtones à une seule étiquette. Comme en musique, où des artistes autochtones œuvrent dans des genres variés (folk, jazz, rock, R&B, musique classique), il est essentiel d'intégrer ces créateur·trices à l'ensemble des listes de lecture et des catégories, au lieu de les regrouper dans des espaces dédiés qui risquent de les marginaliser.

Conclusion

L'ensemble des discussions révèle un consensus clair : la découvrabilité exige des moyens dédiés, une expertise spécialisée, des enveloppes spécifiques à la promotion et un cadre réglementaire capable de garantir la visibilité du documentaire québécois et canadien dans l'espace numérique mondialisé. Les participant·es appellent à une approche concertée entre créateurs, diffuseurs, institutions et plateformes, afin de construire une véritable écologie de la découvrabilité où les œuvres locales peuvent circuler et trouver leurs publics.

6) TRANSFORMATIONS SYSTÉMIQUES À IMAGINER

Synthèse par tables et en plénière

Cette discussion s’est déroulée en deux temps : d’abord en petits groupes, puis en plénière. Les participant·es ont été invité·es à poser leurs idées sur papier et à réfléchir collectivement à deux questions directrices : quels programmes ou initiatives génèrent un impact tangible pour assurer un écosystème plus diversifié dans l’industrie du documentaire — qu’il s’agisse de mentorat, de financement, d’accès aux plateaux, de gouvernance ou de diffusion — et lesquels ne produisent pas les effets attendus, voire entraînent des conséquences néfastes.

L’exercice visait à évaluer l’efficacité des programmes existants à partir d’expériences concrètes, à repérer les angles morts liés à l’accès, à la représentativité et à la transparence des mesures en place, et à faire émerger des pistes de réforme structurelles et durables.

L’objectif global était de mieux comprendre comment les mécanismes de soutien, les cadres institutionnels et les pratiques professionnelles peuvent évoluer afin de favoriser une plus grande équité, une inclusion réelle et une transformation pérenne du milieu documentaire québécois, pour qu’il reflète pleinement la diversité des expériences vécues au sein de notre société.

Synthèse par table

(T1) La discussion met en évidence des progrès tangibles en matière d’inclusion : de plus en plus de personnes non blanches et LGBTQ+ accèdent à des rôles créatifs clés. Cependant, les participant·es soulignent la persistance d’une forte homogénéité dans le secteur de la production — particulièrement parmi les producteurs issus de la diversité culturelle — ainsi que la lenteur des changements institutionnels. Les partenariats et initiatives de formation, comme le Wapikoni, sont jugés utiles pour diversifier la relève, mais plusieurs angles morts subsistent, notamment dans le recrutement de programmeurs et de décideurs issus de communautés sous-représentées. Les quotas de parité ont permis de corriger certains déséquilibres de genre, tandis que les initiatives favorisant la souveraineté narrative et l’autodétermination demeurent essentielles, en particulier dans les contextes autochtones. Les festivals jouent un rôle crucial de visibilité, alors que la

sélection des projets par les organismes publics continue de susciter des critiques quant à la transparence et à l'équité. S'appuyant sur des données sectorielles et sur le travail d'organisations comme l'Association des femmes réalisatrices, la table conclut que des avancées réelles ont été réalisées, mais que l'égalité substantielle ne pourra être atteinte qu'à travers des réformes structurelles soutenues et continues.

(T2) Les échanges portent sur l'efficacité comparée des différentes mesures d'inclusion. Le mentorat et les formations en plateau sont perçus comme plus féconds à long terme, car ils permettent de bâtir des réseaux durables et de créer des opportunités de carrière concrètes. À l'inverse, l'auto-identification et certains dispositifs de quotas suscitent des réserves, notamment en raison des risques de contournement opportuniste ou de la réticence à se déclarer par crainte de stigmatisation. Leurs effets, lorsqu'ils sont bénéfiques, demeurent souvent temporaires. Un consensus se dégage autour de la nécessité de dépasser une approche purement comptable, fondée sur des pourcentages et des cibles, pour plutôt transformer en profondeur les cultures organisationnelles et les pratiques d'embauche. L'intégrité des processus, qui doivent être à la fois vérifiables et non stigmatisants, ainsi que la volonté réelle de corriger les déséquilibres historiques sont jugées essentielles. Toutefois, ces mécanismes ne peuvent porter leurs fruits que s'ils sont accompagnés de changements de mentalités et d'un suivi qualitatif rigoureux.

(T3) La table distingue certains programmes d'accélération, comme le PPCR, qui ont donné un élan initial à des producteurs issus de communautés racisées, mais dont l'impact tend à s'atténuer en l'absence de mesures de suivi ou de relais durables. On parle d'un ressac du côté des initiatives depuis un essor en 2020. Les dispositifs de mentorat généralistes sont critiqués lorsqu'ils ne permettent pas un véritable apprentissage en situation. Les participant·es soulignent que l'expérience sur le terrain et l'ouverture de postes réels demeurent les leviers les plus efficaces pour favoriser l'insertion professionnelle. Un manque important touche les artistes de mi-carrière, souvent trop avancés pour les programmes destinés aux émergent·es, mais pas encore assez établis pour accéder aux enveloppes réservées aux créateurs chevronnés. À cela s'ajoutent des obstacles

structurels, tels que l'accès restreint aux réseaux professionnels, les faibles marges financières propres au documentaire, les coûts liés à l'accueil de stagiaires, ainsi que des préoccupations concernant la confidentialité et la sécurité des données d'auto-identification. La table appelle à la mise en place de parcours progressifs, financés et professionnalisants, mieux adaptés aux besoins concrets des artistes selon les différentes étapes de leur carrière. La discussion souligne les limites d'une approche purement symbolique, soit la diversité de façade (*tokenization* en anglais) : offrir des opportunités sans fournir les outils, le soutien ou les conditions nécessaires peut fragiliser les personnes concernées. L'exemple d'une jeune monteuse ayant subi un épuisement professionnel, après une embauche sur une série de télévision ambitieuse, sans les bons outils, illustre comment certaines initiatives privilégient les « points » de diversité au détriment d'un réel accompagnement.

(T4) Les avis divergent quant à l'efficacité des mesures mises en place par les principaux bailleurs de fonds (SODEC, Téléfilm, FMC) et des mécanismes de diversité associés. Si plusieurs participant·es reconnaissent en avoir bénéficié, d'autres soulignent la persistance d'inégalités structurelles et critiquent une approche encore trop « méritocratique », qui tend à ignorer les barrières systémiques. Les programmes du FMC sont perçus de manière plus positive. Au-delà de la production, la diffusion demeure insuffisamment diversifiée, ce qui limite l'impact réel des politiques d'inclusion mises en amont. Des réserves ont également été exprimées à propos du PERSONA ID : certain·es y voient un outil facilitateur, tandis que d'autres estiment qu'il peut être désavantageux. La table propose de renforcer les liens entre les différentes communautés par la création de ponts et la mise en place de formes de mentorat inversé, permettant aux personnes issues de la diversité de partager leur expertise avec les décideurs. Plusieurs rappellent enfin que tout changement implique une part d'inconfort : reconnaître ses privilèges, ajuster les critères d'évaluation et admettre que l'équité nécessite parfois des mesures différenciées pour corriger des écarts historiques.

(T5) Les participant·es décrivent un écosystème inégalement outillé entre Montréal et les régions, où le développement de la relève et la circulation des œuvres demeurent plus difficiles faute de ressources adéquates. Les quotas sont perçus comme des leviers d'équité, mais peuvent aussi

produire des *effets de seuil* lorsqu'ils atteignent leurs cibles statistiques sans que les conditions d'accès, de formation ou de reconnaissance changent réellement. Le débat s'étend également à l'âgisme : la valorisation de la relève ne devrait pas se faire au détriment de l'expertise des créateurs plus âgés. L'auto-identification suscite, elle aussi, des craintes et des hésitations. Plusieurs personnes issues de la diversité préfèrent ne pas se déclarer, de peur que leurs œuvres soient perçues comme bénéficiant de passe-droits symboliques. La présence de modèles inspirants, tant pour la jeunesse que dans les parcours de formation continue, est jugée essentielle à toute stratégie de diversification du milieu. Les participant·es insistent aussi sur la nécessité de maintenir un haut niveau de professionnalisme, notamment par un meilleur accès aux technologies émergentes, dans un contexte techno-créatif en mutation rapide. Enfin, la table plaide pour un équilibre : soutenir la relève, reconnaître l'expérience et financer des trajectoires distinctes et complètes, afin d'assurer une véritable continuité des carrières au sein de l'industrie documentaire.

(T6) Le bilan demeure contrasté. Les programmes de mentorat et de formation ont permis à plusieurs cinéastes autochtones et afrodescendant·es d'intégrer l'industrie, mais des règles d'admissibilité restrictives et des biais culturels continuent d'entraver la progression de certains projets, notamment autochtones, à l'étape du financement. Pour pallier ces lacunes, une maison de production a créé un OBNL afin de mettre en place des postes de mentorat soutenant à la fois un·e professionnel·le et une personne en voie de professionnalisation, tout en accompagnant des projets atypiques, souvent situés en région éloignée, grâce à des fonds indépendants. Dans les contextes de tournage auprès des Premières Nations et des communautés éloignées, la recherche préalable demeure particulièrement complexe. Les équipes doivent souvent élaborer leur scénario sur place, dans un esprit d'adaptation et d'écoute, ce qui entraîne des coûts plus élevés, mais favorise une représentation plus authentique et respectueuse des réalités locales. L'auto-identification, quant à elle, est perçue comme un processus difficile, notamment pour les personnes autochtones vivant en milieu urbain et ayant moins de lien à leur culture d'origine. Le fait de devoir prouver son identité peut raviver un sentiment de honte, rendant la démarche parfois intrusive, malgré sa nécessité reconnue. Les participant·es appellent ainsi à des approches plus respectueuses et sensibles à ces réalités. Enfin, si l'après-George Floyd a accéléré certaines réformes institutionnelles, celles-ci demeurent souvent réactives plutôt que proactives. La nouvelle génération de cinéastes profite de

ces avancées, à condition que les mesures soient stabilisées, que les jurys s'ouvrent davantage à la diversité et que des financements pluriannuels assurent la pérennité des changements amorcés.

(T7) La table insiste sur la nécessité d'une formation et d'un mentorat ciblés pour les cinéastes autochtones, notamment en matière d'accès aux plateaux et aux métiers techniques. Toutefois, on observe un manque de relève pour combler l'ensemble des rôles clés — producteurs, réalisateurs, scénaristes — et assurer une pleine autonomie créative à court terme. Historiquement, les programmes de financement liés à la diversité ont été conçus dans une perspective essentiellement urbaine, sans prendre en compte les défis associés à l'éloignement géographique ni les réalités culturelles propres aux communautés autochtones et régionales. Le Canada anglais a amorcé une réflexion plus approfondie sur les pratiques d'auto-identification, privilégiant des approches qualitatives fondées sur le récit et le lien communautaire plutôt que sur des critères administratifs. Ce modèle demeure toutefois en développement, et plusieurs insistent sur l'importance que la démarche émane du milieu lui-même, sans prétention à représenter l'ensemble des communautés concernées. Les quotas, bien qu'ils constituent un levier d'équité, peuvent aussi générer des attentes irréalistes et placer certains talents dans des rôles pour lesquels ils ne sont pas encore prêts, d'où la nécessité d'un étagement progressif des responsabilités et d'un accompagnement soutenu. Enfin, les institutions sont invitées à intégrer davantage de personnes autochtones dans les jurys et postes décisionnels, et à investir dans la formation aux métiers du cinéma directement au sein des communautés.

(T8) Le fil conducteur est la souveraineté narrative : les récits doivent être portés par celles et ceux qui les vivent, ce qui constitue une clé d'authenticité et d'éthique, particulièrement pour les enjeux autochtones. Les mesures actuelles contribuent à une réparation historique nécessaire, mais leur pérennité dépendra de la présence accrue de décideurs issus de différentes communautés au sein des institutions. Tant que ces voix ne seront pas représentées aux postes de pouvoir, les changements resteront fragiles. L'exemple du personnel des RIDM illustre cette idée : sans quotas ou politiques formelles en matière de diversité, la composition inclusive de l'équipe permet déjà

d'intégrer ces perspectives dans la programmation de manière organique. Les participant·es mettent en garde contre des dispositifs qui rigidifient les identités (quotas, auto-identification) et plaident pour des cadres évolutifs, adossés à des lignes directrices éthiques. Globalement, ces mesures sont nécessaires aujourd'hui, avec l'horizon d'une normalisation où la diversité devient la norme et non l'exception.

(T9) La formation est saluée lorsqu'elle renforce les métiers où la diversité demeure limitée, notamment la scénarisation, la production et le montage, et qu'elle s'arrime à des programmes comme *Talents en vue*, qui favorisent la souveraineté entrepreneuriale des créateurs, ou encore à des initiatives du FMC. Les participant·es rappellent toutefois que les difficultés du secteur trouvent leur origine dans un sous-financement structurel. L'intégration de mesures de diversité dans un système déjà fragilisé peut ainsi donner l'illusion du progrès sans corriger les déséquilibres de fond liés au manque de ressources et aux inégalités systémiques. Des événements marquants comme l'assassinat de George Floyd ont suscité une réaction rapide du gouvernement au début de la décennie, qui a injecté de nouveaux fonds dans les programmes culturels. Toutefois, la mise en œuvre de ces mesures a souvent été confiée à des fonctionnaires peu familiers avec les enjeux de diversité, entraînant plusieurs effets pervers. Les participant·es soulignent que la véritable intégration passe plutôt par des relations directes entre créateurs de diverses origines et générations, favorisant la collaboration et la formation commune. C'est à travers ces échanges que peut se développer une compréhension culturelle authentique, plutôt qu'un modèle imposé d'en haut. Des approches trop cloisonnées risquent au contraire de « ghettoïser » les talents, en créant des circuits parallèles plutôt qu'une scène partagée avec des professionnel·les plus établis. Les quotas doivent être envisagés comme des mesures transitoires, tandis que la transparence des processus de sélection et l'équité budgétaire demeurent des enjeux centraux, plusieurs soulignant que les budgets attribués aux femmes et aux personnes racisées restent souvent inférieurs. Enfin, la table critique certaines procédures bureaucratiques, notamment les modèles de financement de type « premier arrivé, premier servi » appliqués à des groupes ciblés, qui sont jugés incompatibles avec des objectifs d'équité.

(T10) Les témoignages soulignent l'impact positif du Wapikoni Mobile, notamment grâce à ses mentorats structurants qui permettent la création d'œuvres, la reconnaissance artistique et, par la suite, l'accès à des soutiens comme ceux du CALQ. APTN et Téléfilm sont également cités pour leurs ouvertures en phase de préproduction. À l'inverse, le CAC est critiqué pour l'absence de rétroaction après un refus, ce qui freine l'amélioration des projets et décourage les artistes émergents. Historiquement, les enveloppes destinées aux communautés autochtones concernaient surtout l'emploi et la santé, sans reconnaissance spécifique du rôle de la culture dans le développement communautaire. Les communautés ont dû mener un travail soutenu de sensibilisation pour faire reconnaître que les films réalisés par les jeunes et les membres des Premières Nations participent à la guérison collective et à la transmission culturelle. La culture et la santé, tout comme la culture et l'évolution sociale, sont aujourd'hui reconnues comme indissociables. Le milieu demeure néanmoins hautement compétitif et exigeant en ressources. Les programmes existants visent à atténuer les effets du racisme systémique et des désavantages historiques afin de rétablir des conditions de départ plus équitables pour l'ensemble des créateurs et créatrices. Toutefois, des barrières administratives et des critères trop élevés limitent encore l'accès aux enveloppes spécifiques. Le risque de « ghettoïsation » apparaît lorsque les artistes issus de la diversité se voient implicitement cantonnés à des thématiques identitaires pour obtenir du financement. Parmi les pistes proposées figurent l'assouplissement de certains critères, l'augmentation des enveloppes pour diversifier les projets, la mise en place d'une rétroaction systématique et l'encouragement de la liberté thématique, afin de soutenir à la fois l'innovation et la pluralité des récits.

Synthèse de la plénière

La discussion plénière sur les changements systémiques a permis de rassembler une série de constats lucides et d'exemples concrets autour de l'efficacité réelle des programmes et initiatives en place dans le milieu du cinéma documentaire québécois. Les interventions ont convergé vers une idée centrale : les programmes de mentorat sur le terrain et les ateliers de formation professionnelle demeurent les leviers les plus efficaces pour favoriser une inclusion durable et une véritable mobilité professionnelle. En partenariat avec des aides financières spécifiques, ce sont

des espaces d'apprentissage et de rencontre qui transforment les parcours et ouvrent des réseaux jusqu'ici inaccessibles.

Une intervenante a souligné que ces relations humaines et ces échanges valent souvent davantage que les subventions elles-mêmes, puisqu'elles changent concrètement la dynamique d'accès à l'industrie. En revanche, les quotas et les mécanismes d'auto-identification ont été largement perçus comme des outils temporaires : nécessaires pour corriger des déséquilibres, mais voués à disparaître lorsque l'équité sera atteinte. Plusieurs participant·es ont exprimé le souhait d'un avenir où ces mesures ne seront plus nécessaires pour garantir une représentation juste.

Des exemples inspirants ont été partagés, notamment ceux de Black & Black Films, organisme fondé en 2016 pour soutenir les cinéastes afrodescendants du Québec. Leur travail de mentorat et de plaidoyer, mené en collaboration avec des institutions comme les RIDM, le CALQ, la SODEC et le Canada Council, a permis à de jeunes créateur·trices de trouver leur place dans l'écosystème québécois et de donner naissance à des œuvres comme *Dear Jacky* et *Les Météorites*. Ces initiatives démontrent l'impact concret des programmes qui allient accompagnement, réseautage et développement professionnel.

Du côté des Premières Nations, des représentantes de Nikan Productions ont décrit leur modèle hybride combinant production et mentorat sur mesure, soutenu par un OBNL interne pour pallier les limites du financement public. Ce dispositif crée un espace sécuritaire pour les créateur·trices autochtones et favorise leur autonomie professionnelle. Les obstacles institutionnels demeurent cependant nombreux : l'absence de fonds spécifiques à la SODEC, des règles de financement rigides qui forcent parfois à des coproductions désavantageuses afin d'avoir accès à des budgets subséquents et des critères économiques inadaptés aux réalités de production en communauté. Les intervenantes ont insisté sur la nécessité de réviser ces cadres afin d'adapter les modèles de soutien aux contextes culturels.

La discussion a aussi mis en lumière les limites de certains programmes de mentorat jugés « mal calibrés » ou trop superficiels, notamment ceux qui exigent la création d'entreprises sans offrir de structure d'accompagnement suffisante. À l'inverse, les programmes d'accélération sont apparus comme des outils puissants pour rééquilibrer l'accès à la production, particulièrement pour des professionnel·les arrivé·es plus tard dans leur carrière ou ayant dû surmonter des barrières

systemiques.

D'autres interventions ont abordé la question de la production en région, où l'éloignement des centres décisionnels crée un véritable frein à la participation. Les participant·es ont souligné le besoin d'un accès plus régulier aux décideurs, d'un appui accru aux initiatives locales et d'une reconnaissance des coûts et contraintes propres à ces contextes. L'âgisme a aussi été cité comme une forme d'exclusion structurelle qui mérite une attention particulière.

Enfin, plusieurs voix ont rappelé l'importance du mentorat communautaire et intergénérationnel, citant l'exemple durable et inclusif de Wapikoni Mobile, qui favorise l'expression et la confiance des jeunes artistes autochtones tout en créant des passerelles avec des technicien·nes non autochtones. Ce modèle, basé sur le transfert de savoirs techniques et le respect des récits, illustre la manière dont la formation peut devenir un vecteur de transformation sociale.

Dans l'ensemble, cette discussion a révélé une volonté collective de repenser les mécanismes d'équité au-delà des symboles. Les participant·es appellent à des programmes ciblés, pérennes et véritablement structurants, où la formation, le mentorat et l'accès aux réseaux professionnels sont reconnus comme des composantes essentielles du changement systémique, au même titre que le financement. Les progrès accomplis ces dernières années, notamment grâce à des initiatives communautaires, ont amorcé une mutation perceptible du milieu. Tous s'entendent toutefois sur la nécessité de maintenir la pression, de consolider les acquis et de transformer les politiques publiques afin de garantir, à long terme, un accès équitable.

Conclusion

Au-delà des avancées récentes, telles que la création de fonds dédiés, la collecte de données sectorielles et l'attention accrue des festivals à la représentativité, trois leviers majeurs se dégagent. Le premier consiste à professionnaliser les parcours en favorisant les apprentissages en situation et en soutenant la mise en place de mentorats rémunérés menant à des postes réels. Le deuxième concerne les bailleurs de fonds, qui doivent diversifier les jurys, renforcer la transparence budgétaire, adapter les critères d'évaluation aux souverainetés narratives et aux réalités régionales ainsi qu'instaurer des postes de direction à durée limitée afin de favoriser le renouvellement. Enfin,

il est essentiel de stabiliser financièrement les maisons de production détenues par des personnes issues de communautés historiquement sous-représentées, grâce à des financements pluriannuels, au renforcement des OBNL de soutien, à la mise en place de retours structurés après refus et à des cadres d'auto-identification plus adaptés.

7) REPENSER NOTRE RELATION AU PUBLIC

La dernière discussion de la journée s'est articulée en deux temps :

Activité 1 : Public fantôme – Les participants ont dû choisir (5) et se positionner par rapport à une série d'affirmations concernant la relation entre les documentaires et leur public.

Activité 2 : Lettre au public – Chaque table a rédigé une courte lettre ouverte débutant par « Cher public... », intégrant une observation, un appel à l'action et une question, dans une démarche d'interaction affective et réflexive avec le public.

Public fantôme : Relations entre création et public

Dans un premier temps, les groupes de discussion sont invités à choisir au moins 5 affirmations parmi les suivantes et à se positionner par rapport à celles-ci (quelques-unes se veulent d'un ton humoristique) :

1. Le public influence trop nos choix créatifs.
2. Nous impliquons suffisamment le public en amont pour la création et la diffusion de nos projets.
3. Le public comprend pleinement les subtilités et les messages que nous voulons transmettre.
4. Le public adore les documentaires... tant qu'ils ressemblent à une série policière.
5. Nous devons souvent simplifier nos idées pour que le public se sente interpellé par le

documentaire.

6. Les attentes du public limitent notre capacité à expérimenter avec de nouvelles formes narratives.
7. Le documentaire devrait toujours chercher à mobiliser ou à provoquer une action concrète chez le public.
8. Le public clique toujours sur « Lire plus tard » et ne le fait jamais.
9. Nous préférons que le public reçoive notre œuvre comme une réflexion ouverte, sans appel direct à l'action.
10. Un documentaire réussi est celui qui génère une conversation publique durable.
11. Les spectateurs regardent nos documentaires en entier... à condition qu'ils durent moins de 30 minutes.
12. Nous créons principalement pour des publics spécifiques, et non pour un large public.
13. Nous ressentons parfois une pression pour rendre nos films plus accessibles au grand public, au détriment de notre vision initiale.
14. Il est acceptable de dramatiser ou de styliser certains faits pour rendre un documentaire plus captivant.
15. Notre premier devoir est envers les protagonistes de nos films, avant le public.
16. Le public a droit à une transparence totale sur les biais et intentions derrière nos films.
17. Nous créons sans nous soucier des critiques du public, car l'authenticité artistique est notre priorité.

À la suite de cette discussion de quinze minutes, plusieurs constats ont émergé. Nous les avons regroupés sous sept grandes thématiques. Cette organisation méthodologique s'est imposée lors de l'analyse des transcriptions : en effet, la plupart des groupes n'ont pas choisi de débattre d'affirmations précises, mais ont plutôt laissé les thématiques guider et structurer leurs échanges.

a) Succès du documentaire et conversations publiques

Plusieurs soulignent l'importance des films documentaires dans la culture cinématographique et leur capacité à susciter des discussions durables grâce à leurs formes narratives originales. Pour la majorité, un documentaire qui parvient à générer une conversation publique durable est nécessairement perçu comme un succès, bien que beaucoup reconnaissent qu'un film peut très bien être réussi sans provoquer un tel débat.

L'ambition de créer des œuvres capables d'alimenter des conversations publiques durables est largement mise de l'avant, mais elle est jugée difficile à atteindre. En effet, une partie des conditions nécessaires à l'émergence de ces discussions échappe aux créateurs et dépend plutôt de la distribution, de la couverture médiatique, de l'actualité et d'une conjoncture favorable, voire même d'une part de chance.

« On s'en met beaucoup sur les épaules. Déjà, avoir une conversation publique ou parler d'un enjeu... Si je donnais l'exemple de (...) L'Erreur boréale, ça devient une référence et tout, ça fait bouger les choses. Mais dans un autre ordre d'idées, c'est drôle parce que ce n'est pas un documentaire d'auteur, mais la série de Véronique Cloutier; Loto-Méno, ça a fait bouger les choses, ça a fait ouvrir des programmes de financement pour des hormones alternatives bio. Des choses comme ça, qui font que oui, l'appel à l'action, oui, les gestes durables, mais déjà, une conversation publique, comme on dit que ça devienne un enjeu, c'est intéressant. Durable bien là, c'est comme l'Oscar par-dessus. »

Il est intéressant de noter que les deux exemples de succès documentaires mentionnés dans la dernière citation sont des productions portées (réalisées et/ou produites) par une personnalité connue du public québécois, qui apparaît elle-même à l'écran.

D'autres soulignent que certains enjeux et sujets importants, notamment les questions autochtones, peinent à marquer durablement les esprits et à se maintenir dans les médias, en raison de problématiques systémiques plus profondes. Comme l'exemple des femmes disparues et assassinées le montre, ces conversations réapparaissent périodiquement, mais s'effacent rapidement de la sphère publique.

« D'autant plus, je regarde là, tout ce qui s'est passé avec les femmes disparues et oubliées. En tout cas, il y a tout cet aspect-là. Les gens oublient. On ramène toujours ces éléments-là une fois par année, mais ce n'est comme pas durable. Il y a des conversations des fois qui se font, mais qui à un moment donné, sont rapidement oubliées. »

En ce sens, une conversation publique durable ne se limite pas à une visibilité ponctuelle : elle se définit comme une discussion capable de susciter des débats, d'entraîner des changements concrets (politiques, financiers, législatifs) et de laisser une empreinte dans la conscience collective (mentalités, sens des responsabilités, mémoire) sur le moyen à long terme.

b) Public cible, segmentation

Il a également été question du public cible des documentaires, souvent destinés à des publics spécifiques, mais avec une dimension suffisamment universelle pour toucher un plus large public. Il est souligné que viser un public spécifique peut être une stratégie avant de tenter d'élargir l'auditoire grâce au bouche-à-oreille. Il est mentionné qu'il peut être intéressant de cibler un public spécifique lors de la création d'un documentaire, bien que cela puisse parfois sembler restrictif, car la plupart des créateurs et des producteurs ne sont pas des spécialistes de la segmentation des auditoires. À cet effet, des initiatives comme l'*audience design* sont discutées, où des experts aident les créateurs à définir leur public dès le début du projet.

« Il y a quand même le point 12 qui est intéressant. Nous créons, principalement pour des publics spécifiques, ce qui n'est pas mauvais d'essayer d'aller chercher des niches ou justement des communautés historiquement sous-représentées. Certaines compagnies, ça peut être même leur mission de vouloir s'adresser à ces publics spécifiques et non seulement au large public. Mais je pense que l'idéal, c'est par ces publics spécifiques d'essayer d'élargir, d'ouvrir. »

Des participants échangent sur le biais négatif, voire condescendant, envers le public dans certains discours, notant que les films peuvent être créés pour différents types de publics, comme le grand public ou des niches.

« C'est peut-être là l'effet condescendant, parce que c'est vrai que le télédiffuseur, mon expérience, ça m'est déjà arrivé de me faire dire : C'est trop compliqué, c'est trop intello. Réduit ça à quelqu'un... penses à ton... À mon oncle, oui. De 55 ans qui boit sa bière devant la TV. Là, tu es comme : OK, mais il n'est peut-être pas con non plus. »

Ils soulignent que même les films dits nichés peuvent attirer un public curieux, tout en générant des conversations, en particulier pour les documentaires à vocation sociale.

D'autres mentionnent que notre compréhension de la composition du public et de ses intérêts est incertaine, car nous avons peu de données à son sujet.

« On connaît peu notre public, en fait, comparativement à l'Europe où il y a souvent des sondages. Ici, il n'y a pratiquement aucun sondage pour voir ce que le public recherche. »

c) Vision artistique, intégrité et simplification

La question de la clarté et du degré de simplification des messages véhiculés par les créateurs demeure controversée. Certain·es participant·es estiment que le public aborde les films de manière superficielle et n'en retient que partiellement le propos.

D'autres considèrent au contraire que les spectateurs sont parfois en mesure d'identifier des significations qui dépassent les intentions initiales des créateurs, révélant ainsi une pluralité de réceptions possibles.

« Le public comprend pleinement les subtilités, les messages que nous voulons transmettre. Non, je ne suis pas d'accord. Des fois, il comprend même au-delà. Il comprend même des choses qu'on n'a même pas compris nous-mêmes, qu'on n'a pas vues nous-mêmes parce qu'on avait le nez collé dessus. »

« On doit clarifier le propos, mais clarifier ne veut pas dire simplifier. C'est deux choses. Il faut que ça soit clair, mais encore une fois, on ne doit pas prendre le public pour des idiots. Ces films-là ne marchent pas. »

Les participants s'accordent majoritairement sur la nécessité pour les documentaires d'être accessibles, tout en préservant l'intégrité de leur vision initiale. Ils mettent en évidence l'importance d'une approche fondée sur l'empathie, où l'émotion constitue un vecteur essentiel de médiation avec un public élargi. Cette orientation, toutefois, n'implique pas l'exclusion des œuvres à visée plus artistique ou expérimentale, lesquelles occupent également une place légitime dans le paysage documentaire et mobilisent des auditoires spécifiques.

« C'est un peu un cliché : en étant très spécifique, on est très universel. Je pense que c'est le cas en créant un film. Si tu n'es pas en train de répondre à tes propres désirs comme créateur, je ne pense pas que ça va être une œuvre réussie, donc tu ne vas peut-être pas nécessairement réussir à rejoindre le public. Tandis que si tu fais une œuvre qui te représente et que tu la fais au meilleur de tes capacités, je pense que c'est beaucoup plus fort pour aller rejoindre le public, ce n'est pas tout le monde qui va aimer de toute façon. (...) Être donc authentique, puis, des gens vont se reconnaître. Ça a plus de chances pour moi de rejoindre un large public en étant authentique. »

Il est souligné que le cinéma doit permettre l'expression de la créativité et de l'originalité des créateurs, mais qu'il est souvent entravé par les contraintes du marché. Ici, l'analogie entre la musique et le cinéma est utilisée pour illustrer comment les créateurs de cinéma se sentent obligés de se conformer aux attentes du public, à la différence des musiciens qui se spécialisent dans des genres sans craindre de plaire à tous.

« Pour moi, la musique, c'est une bonne analogie, parce que tu peux aimer John Coltrane, mais tu peux aimer Kendrick Lamar. Tu peux aimer Stevie Wonder. Ce n'est pas parce que tu aimes John Cage, qui est abstrait, que tu ne peux pas aimer quelque chose de touchant. (...) Comme le cinéma est un art assez jeune, on est encore dans cette histoire de devoir se battre pour le cinéma d'auteur. »

La discussion aborde aussi l'éthique de dramatiser ou de styliser certains faits pour rendre un documentaire plus captivant. Les participant·es sont généralement d'accord pour dire qu'une

certaine dramatisation est acceptable tant qu'elle ne dénature pas les faits et qu'elle est faite de manière transparente et éthique.

Un participant évoque le cas de *Honeyland* (2019), un documentaire soulevant des enjeux éthiques liés à l'intégrité et à la transparence de la démarche documentaire. Le film met en scène une apicultrice vivant isolée en Macédoine, dont l'activité inspire le père d'une famille rom à se lancer à son tour dans la production de miel. Selon un témoignage rapporté par le participant, ce tournant narratif aurait été facilité par l'intervention du réalisateur, qui aurait attiré un acheteur de miel vers le village, déclenchant ainsi la dynamique de concurrence entre les protagonistes. Cette médiation du réalisateur, devenue catalyseur de l'action, remet en question la frontière entre observation et intervention dans la pratique documentaire.

La question des rôles respectifs de la vision artistique et de la réception publique a également été soulevée. Un participant rappelle que le processus de création documentaire ne peut être réduit à un seul de ces pôles : l'artiste développe d'abord son œuvre en fonction de son identité, de sa démarche et de sa réflexion sur le monde, mais la manière dont le public reçoit et interprète cette œuvre devient ensuite un élément incontournable, bien qu'indépendant du processus. Le témoignage suivant exprime bien cette réalité :

« Pour moi, la vision de l'artiste, puis la réception du public font partie du processus de création. Ce n'est pas nécessairement à l'artiste, quand il ou elle est en plein processus de création, de penser à comment le film va être reçu. À ce moment-là, c'est penser : C'est quoi l'état du monde? C'est quoi que j'ai à dire? Parce qu'on parle de quelqu'un qui est en carrière, qui est en corpus, qui a son identité artistique, sa ligne et qui expérimente. À ce moment-là, tu ne penses pas à comment ça va être reçu, mais à un moment donné, tu n'as pas le choix de passer le fil de comment c'est compris. Ça dépend, ça se nuance aussi selon le type de films. Moi, j'aime beaucoup ça, avoir cette discussion-là, de c'est quoi ton point de vue? C'est quoi que tu essayes de communiquer? Est-ce qu'on est en train de dire ça? Puis nous, quand on va en focus group, c'est ça qu'on s'en va valider. C'est : Est-ce que ce que nous, on pense qu'on est en train de communiquer, c'est ça qui

est compris? Des fois, c'est oui, des fois, c'est à préciser. Les deux aspects sont à prendre en compte : le point de vue de l'artiste, la démarche, puis aussi comment le public va le voir... »

d) Perception du public et rôle des critiques

L'émergence des réseaux sociaux comme lieu de critique influent

Les échanges ont mis en lumière la complexité du rôle des critiques, qu'elles proviennent des médias spécialisés ou directement du public. Si les critiques peuvent orienter la réception et la perception d'un film, plusieurs participant-es rappellent qu'une fois l'œuvre terminée, elle ne peut plus être modifiée. Tenter de plaire à tous apparaît alors comme une entreprise vaine, voire contre-productive.

« Ça, je le dirais d'une autre manière, si je me permets de le reformuler, c'est-à-dire qu'il faut beaucoup d'humilité pour faire le métier de cinéaste, mais il faut une prétention de [penser que] ce qu'on fait est de l'art. On a une conception artistique de cinéma, c'est un art. Ça paraît prétentieux. Si on ne comprend pas ça, on fait autre chose. »

La discussion s'élargit ensuite à la place qu'occupent les télédiffuseurs et distributeurs dans la circulation des œuvres. Plusieurs participant-es s'interrogent sur le fait que ces acteurs se basent sur des préférences supposées du public, ce qui peut avoir pour effet de restreindre la créativité et de favoriser l'homogénéité des contenus. Une telle logique tendrait à réduire l'audace et l'innovation propres au documentaire.

« Honnêtement, oui. Ils aiment le sensationnalisme. Moi, je pense que quand on parle documentaire, souvent, on va me dire : Tu fais des séries (...) des true crime? »

Certains témoignages révèlent aussi une pression accrue exercée sur les créatrices et créateurs afin de répondre à des attentes prédéfinies par les télédiffuseurs, souvent en fonction de critères socio-économiques, générationnels ou territoriaux. Cette approche, jugée réductrice, recoupe les débats autour de la notion de publics cibles.

« De toute façon, c'est super discriminant (...) C'est un jugement de valeur. Excuse-moi, Guylaine à Trois-Rivières, on ne sait pas ce qu'elle fait dans la vie. Qu'est-ce qu'elle a fait comme études? C'est quoi ses habitudes de cinéma? »

Les participant·es remettent également en cause l'hypothèse selon laquelle il existerait un public homogène et prévisible. Ils estiment que la survalorisation des métriques et des sondages sur les préférences nuit à la diversité des œuvres, d'autant plus que ces perceptions émanent surtout des télédiffuseurs et de leurs propres contraintes.

« Ce qui est bizarre, c'est qu'en fait... Moi, je trouve que tu pourrais remplacer public (dans cette affirmation) par télédiffuseur. Parce que c'est ça la game, parce que c'est eux, eux, ils pensent qu'ils connaissent le public et toutes les contraintes qu'on vit qui, en tant que créateur, ça vient souvent des télédiffuseurs... Donc, je trouve ça un peu bizarre. »

En parallèle, il est rappelé que plusieurs grands succès internationaux ont démontré qu'une approche très spécifique et située pouvait paradoxalement atteindre une portée universelle. La qualité et la profondeur thématiques d'une œuvre permettent alors à des spectateurs de milieux variés de s'y reconnaître.

Enfin, la discussion a porté sur l'évolution du rôle des critiques de cinéma. Si leur influence a longtemps structuré la réception des œuvres, leur poids s'est affaibli avec la disparition progressive de nombreux journaux et publications spécialisées. Bien que l'importance des critiques ne soit pas remise en cause, plusieurs mentionnent le fait que nous serions désormais davantage à l'ère des critiques directes émanant du public, que ce soit par l'intermédiaire des réseaux sociaux ou de plateformes participatives comme Letterboxd.

e) Stratégies de promotion et de visibilité

Les discussions ont mis en évidence les défis considérables liés à la promotion et à la visibilité des documentaires dans le contexte actuel de diffusion numérique. Plusieurs participants soulignent que les algorithmes des grandes plateformes de diffusion en continu créent un obstacle majeur à la

découvrabilité des œuvres issues des cinémas nationaux. Ces films se retrouvent souvent marginalisés ou « enterrés » sous l'offre massive de productions cinématographiques et télévisuelles issues des grands conglomérats du Web.

Dans ce contexte, diverses stratégies ont été envisagées pour améliorer la présence des documentaires dans l'espace public. De manière complémentaire, certains participants proposent de *brander*, à la blague, le documentaire, à l'instar de produits de consommation courante, tels que le lait, afin de le rendre plus identifiable et plus populaire auprès du grand public.

Une autre piste avancée concerne la valorisation des compagnies de production, et non pas uniquement des réalisateurs individuels. L'exemple du modèle A24 est cité comme une réussite inspirante, démontrant comment l'image de marque d'une compagnie de production peut contribuer à accroître la reconnaissance et le succès des œuvres produites. Cela dit, cette reconnaissance est liée à l'offre de films qu'une compagnie arrive à produire, comme l'indique l'extrait de conversation suivant :

« J'ai l'impression qu'il faut que tu aies un rythme de production tellement grand, je ne suis pas certaine qu'au Québec, on réussisse à avoir cette quantité-là pour pouvoir "brander" une boîte. La plupart des boîtes vont chercher quoi? Un film ou deux par année. Deux à tout casser. La plupart des boîtes vont faire un film par an, peut-être un film en une année et demie. Avant d'avoir un bassin de films assez large pour dire que cette compagnie-là a produit (ce film), que le public reconnaisse le bassin de films qui est proposé.

C'est ce que les gros joueurs américains font... A24.

Exact. C'est exactement ce qu'ils ont fait.

Ils sont partis comme distributeur, ont acquis des films, ils ont réussi à les "brander" d'une certaine manière, que même si ce ne sont pas eux qui les avaient produits, il y avait quand même... Ils avaient vraiment une...

Une signature. »

Par ailleurs, l'appel à l'action en direction du public est jugé essentiel. Encourager les spectateurs à partager les documentaires et à en discuter avec leur entourage apparaît comme une stratégie simple, mais puissante, pour accroître la visibilité et la découvrabilité de ces films.

« Mais en fait, on veut qu'ils partagent avec leurs proches. Comme ça, ça fait boule de neige, il y a plus de visibilité. »

Un constat préoccupant est également soulevé concernant la faible notoriété de certaines plateformes institutionnelles. Un participant rappelle que seulement 3 % des Canadiens et Canadiennes connaissent l'existence de la plateforme gratuite en ligne de l'Office national du film (ONF). Cette donnée souligne l'importance d'accroître les efforts de communication et de médiation culturelle afin que de tels outils puissent atteindre leur public potentiel.

Enfin, la question d'une meilleure découvrabilité à travers des plateformes spécialisées est discutée. Un participant suggère que des institutions, telles que L'inis, pourraient envisager de diffuser leurs créations sur des plateformes dédiées, contribuant ainsi à renforcer l'accessibilité et la visibilité des documentaires produits dans un cadre national.

« L'inis, avec tout ce qu'ils ont produit comme courts-métrages, puis même comme mini-séries, dramatiques et tout ça, L'inis devrait avoir une plateforme pour diffuser ces films. Ces films-là sont vus quelques fois quand ils viennent d'être faits. Ça s'arrête à peu près là. Il y a quelques films qui arrivent à participer à des festivals, mais c'est seulement quelques films sur le lot. Quand on parle de découvrabilité, L'inis, c'est super important pour eux autres, la découvrabilité. D'avoir une plateforme pour diffuser leur corpus de films depuis des années, ça me paraît essentiel. »

f) Éducation, mémoire et diffusion

Les discussions ont souligné le rôle central de l'éducation dans la transmission et la valorisation du documentaire. L'intégration de ce type d'œuvres dans les curricula scolaires est perçue comme un levier essentiel pour former un public averti, curieux et diversifié.

« En France, il y a longtemps, il y a des dizaines d'années, pour concurrencer le cinéma américain, puis pour que le public soit là au rendez-vous pour les films français en salles, surtout les longs métrages de fiction, puis que l'industrie se tienne debout, ils ont instauré des programmes de cinéma dans les écoles. Ça, ça roule depuis super longtemps, puis ça a contribué pour beaucoup à former un public. »

Le milieu scolaire est ainsi identifié comme un espace privilégié pour sensibiliser les jeunes générations à l'importance du cinéma documentaire, à sa fonction culturelle et à sa capacité de susciter une réflexion critique. Un participant se souvient d'une initiative qui amenait le documentaire québécois dans les écoles.

« Le pire, c'est que ça a existé. Il y a eu un programme qui a été très efficace et qui s'appelait L'ŒIL CINÉMA. L'ŒIL CINÉMA, ça relevait de l'Association des cinémas parallèles du Québec. Ils avaient créé un programme d'éducation aux documentaires en classe. Le ministère de l'Éducation était embarqué full pine. Téléfilm Canada, l'ONF. Ils avaient réuni plein de monde autour de ce projet-là. Ça a duré plusieurs années et ils avaient couplé les films (...) par deux. Moi, j'avais un film que j'avais fait à l'ONF, qui était une sorte de comédie-documentaire sur l'art contemporain (...) Ils prenaient les deux films et ils faisaient un cahier pédagogique. Je l'ai encore. Écoute, le cahier pédagogique, il fait comme 40 pages avec des entrevues aussi, le verbatim d'entrevues avec moi puis avec elle. Ça a bien fonctionné. À un moment donné, les partenaires ont lâché ça : plus de fonds ou whatever. Mais le travail a été fait. L'exemple est là (...) Autrement dit, tu décidais de faire le même programme aujourd'hui avec des films plus actuels, le cahier est là, le stencil est là. »

Les participant·es ont également évoqué les enjeux liés à la mémoire du cinéma documentaire. Une anecdote concernant la disparition d'un film des archives de l'Office national du film (ONF) a permis d'illustrer les difficultés rencontrées en matière de numérisation, de conservation et de gestion des droits. Ces contraintes légales et techniques entraînent la disparition progressive d'un certain nombre d'œuvres anciennes, limitant leur accessibilité pour les générations actuelles et futures.

« Il y a quelque chose qui me résonne beaucoup, je trouve, en musique. Il y a tout un mouvement [...] pour renforcer l'écoute de contenus québécois — francophones, anglophones, autochtones, mais québécois — auprès du public, d'éveiller les consciences que c'est important de le faire, que ce soit sur Spotify, [...] On parlait de la musique, c'est vraiment l'enjeu, rejoindre les jeunes. (...) En gros, la musique, tout le discours de l'industrie ou du ministre Lacombe, et tout, dit : Il faut rejoindre les jeunes, que ce soit dans les écoles, aller dans les écoles, animer, leur faire découvrir les chansons québécoises. Je trouve qu'il y a un peu la même chose qu'on peut faire au niveau du documentaire. C'est l'éducation, la sensibilisation, mais dans quelque chose de fun, leur faire découvrir des choses qui vont les intéresser. C'est les jeunes générations. Si toi, tu aimes déjà le documentaire, tu es déjà convaincu, tu n'es pas mon public cible pour compter sur que ça continue d'aller bien demain. »

Enfin, il a été rappelé que tous les documentaires ne bénéficient pas d'une diffusion élargie, ce qui pose la question de leur accessibilité à long terme et de la nécessité de politiques plus robustes en matière de préservation et de circulation des films.

« Même quand on parle de diversité, de parité, si on éduque... [...] Ce n'est pas forcément nous, notre industrie, qui pouvons le faire. Même si je sais que la SODEC aimerait qu'on dépose des projets pour éduquer le public en devenir. On est tous fatigués. Comme tu dis, en tant que producteur, moi, je suis fatigué. Je ne peux pas aller mettre sur pied un programme dans les écoles. »

g) Rôle des plateformes et formats de diffusion

La domination des productions américaines sur les plateformes en ligne (SVOD) a été identifiée comme un obstacle majeur à la visibilité des films nationaux. Les plateformes numériques apparaissent comme une ressource ambivalente : elles offrent un potentiel de diversification de l'accès aux œuvres, tout en générant une confusion liée à la multiplicité des contenus, à la dispersion des catalogues et aux inégalités dans la mise en valeur.

« La question de multiplication de contenu, c'est aussi la multiplication des plateformes, je pense qui est confondante. Parce que oui, il y a beaucoup de contenu, mais il y a aussi surtout beaucoup de plateformes. T'as un abonnement à telle affaire, mais là, l'autre affaire sort sur l'autre plateforme, t'as pas accès à ça. »

Cette dynamique défavorise particulièrement les documentaires issus de productions plus modestes ainsi que les œuvres réalisées dans des langues autres que l'anglais, ce qui limite l'accès aux films autochtones et francophones.

« (...) Le monopole des Américains, qui contrôlent l'industrie. C'est ça la grande différence. C'est que le cinéma a été monopolisé par eux. (...) Moi, sur mes plateformes, c'est très vite, 99 pour cent de ce qui m'est présenté, c'est des productions américaines. Pas même les [productions] françaises qui en produisent quand même. »

Les participant·es expriment la volonté de valoriser un lien plus direct avec les publics. Si les plateformes permettent une diffusion élargie, elles ne remplacent pas l'expérience collective et relationnelle qu'offrent les projections en salle. Ces dernières favorisent non seulement l'interaction humaine, mais également la possibilité pour les cinéastes de dialoguer directement avec le public, d'échanger sur les émotions et les réflexions suscitées par leurs films, et de renforcer ainsi l'impact culturel des œuvres.

« C'est ça ce que je trouve beau. Souvent, le film est accompagné par l'équipe ou le réalisateur. Et du coup, il y a une rencontre. C'est le cas aussi dans les films de fiction. Mais dans le documentaire, il y a ça, plus encore la discussion sur le sujet qui a été traité. Ou alors, vraiment, la manière dont ça a été fait, l'aventure en elle-même. (...) C'est la rencontre humaine, en fait. C'est la rencontre. Je ne sais pas si l'appel à l'action ce serait de... Ok, il y a le documentaire sur les plateformes de streaming, mais le documentaire, c'est aussi, puisqu'on a beaucoup travaillé dessus, une volonté de rencontrer le public en chair et en os. »

La discussion a également abordé l'influence des algorithmes de recommandation, qui compliquent les choix des spectateurs en invisibilisant certains contenus.

« On observe avec les réseaux sociaux la version à outrance de cette attention au comportement métrique du spectateur. Parce que si tu cliques une fois sur un truc qui parle vaguement de système de chauffage, tu vas être exposé à 20 publicités, 20 trucs sur les systèmes de chauffage. Les télédiffuseurs commettent la même erreur. C'est qu'à un moment donné, à force d'être capables de lire la métrique de leur spectateur, ils ont dit : Ils aiment la pizza. On va leur donner de la pizza. »

Dans ce contexte, les rencontres communautaires et les projections en salle sont perçues comme des espaces irremplaçables de médiation culturelle et de transmission, permettant de réaffirmer la valeur sociale du documentaire.

h) Enjeux transversaux

« L'étymologie d'émotion vient de mouvoir... On le sent. (...) Du coup, il y a de l'action, même en créant de l'émotion chez l'autre, même s'il n'y a pas une action qu'on peut voir concrètement, on a touché le public, on l'a ému, donc on l'a mis en action. »

Cette réflexion d'un-e participant-e révèle l'un des fondements du cinéma documentaire : la capacité d'émouvoir et, par ce biais, de provoquer une forme d'action, qu'elle soit intérieure ou collective. L'émotion agit comme vecteur de transmission et de transformation, renforçant le rôle social et culturel du documentaire.

À travers les échanges, plusieurs enjeux transversaux sont ressortis. Sur le plan éthique, la priorité accordée au respect des protagonistes s'impose comme un principe directeur. En effet, l'affirmation mettant de l'avant le respect du protagoniste était l'une des plus positivement reçues lors de la discussion. Les participant-es rappellent qu'une des responsabilités premières des cinéastes se situe dans le devoir de témoigner avec intégrité et considération envers les personnes filmées.

L'éducation est également identifiée comme un levier essentiel de transmission intergénérationnelle. L'intégration du documentaire dans la formation des jeunes est perçue comme un moyen de développer une culture cinématographique diversifiée et de sensibiliser aux multiples

perspectives que ce genre artistique peut offrir.

« L’Observatoire est impliqué avec le milieu de l’éducation quand même. Puis c’est plus dans un axe de découvrabilité, mais disons, au niveau des valeurs, je ne pourrais pas plus prôner l’éducation, qui est chère à mon cœur, que c’est pas mal la base, pas juste ici, partout. On peut aussi amener à l’éducation avec nos films dans un cadre de découvrabilité, mais ça, c’est comme tout un autre volet qui est compliqué en ce moment, mais qui se développe de plus en plus au fil des dernières années, justement grâce au travail de l’Observatoire. »

Par ailleurs, une résistance affirmée à l’uniformisation culturelle traverse les interventions. Face à la domination des plateformes mondiales et de leurs logiques de standardisation, le documentaire est envisagé comme un espace de diversité, d’ancrage local et culturel et de pluralité des voix.

La production d’une grande partie de l’offre documentaire repose sur un équilibre délicat : susciter l’émotion et le dialogue tout en préservant une éthique rigoureuse envers les protagonistes, favoriser la transmission culturelle auprès des nouvelles générations et résister aux dynamiques d’homogénéisation qui caractérisent le marché globalisé.

i) Retour sur les initiatives suggérées

Parmi les initiatives proposées afin de renforcer la visibilité et la pérennité du documentaire, plusieurs pistes concrètes ont émergé des discussions.

La première consiste en la création d’une Journée nationale du documentaire, qui permettrait de fédérer l’attention du public et des médias autour de ce genre cinématographique. Une telle initiative constituerait une occasion privilégiée de mettre en valeur la diversité des œuvres, de susciter la curiosité des spectateurs et de réaffirmer l’importance du documentaire dans le paysage culturel.

Une autre proposition récurrente concerne l’obtention de plages horaires de diffusion plus favorables à la télévision ainsi que de meilleures plages horaires de projection dans les salles de cinéma. Les participant-es soulignent que la visibilité des documentaires est souvent réduite par

leur programmation en dehors des heures de grande écoute ou d'affluence, ce qui limite considérablement leur potentiel de rayonnement auprès du grand public.

En parallèle, la mise en place de plateformes de découvrabilité spécialisées a été évoquée. Celles-ci pourraient offrir un espace numérique dédié aux documentaires, permettant de pallier les biais algorithmiques des grandes plateformes mondialisées. Il est à noter que plusieurs initiatives de ce genre existent, mais que davantage de ressources pour soutenir l'existence et la découvrabilité de ces plateformes, de même que la numérisation de contenus, seraient nécessaires pour soutenir leur visibilité et leur durabilité.

Enfin, l'intégration des documentaires dans les programmes scolaires apparaît comme une initiative stratégique pour sensibiliser les jeunes générations à ce genre cinématographique. En faisant entrer les documentaires dans les salles de classe, il serait possible de développer un public averti, capable d'apprécier la richesse de ce médium et d'en comprendre les enjeux sociaux, culturels et politiques.

j) Lettre ouverte au public

Pour conclure la journée, il a été proposé aux participant·es de rédiger une lettre ouverte adressée au public. Cette initiative visait à mettre en mots leurs réflexions et de créer une connexion plus émotionnelle entre créateur·rices et publics. Il était encouragé d'exprimer une réflexion honnête sur la relation au public, les attentes, les frustrations et les espoirs.

La lettre devait débiter par « Cher public... » et comporter un minimum de cinq phrases, incluant nécessairement une observation, un appel à l'action et une question. L'exercice s'est conclu par une lecture collective des lettres devant l'assemblée du Forum.

Les lettres rédigées collectivement par les différentes tables ont révélé une grande diversité de tons et de registres, allant du poétique à l'humoristique. Elles expriment d'abord une profonde gratitude envers le public québécois, pour son soutien constant au documentaire. Cet appui est perçu comme une condition essentielle à la vitalité du genre et à sa pérennité dans l'espace culturel.

Ces lettres formulent également des appels à la curiosité, à l'engagement et à sortir de sa zone de

confort. Le public est invité à s'ouvrir à de nouvelles formes narratives, à explorer des réalités moins visibles et à considérer le documentaire comme une expérience partagée. Dans cette perspective, le documentaire est souvent décrit comme un miroir de la société, capable de refléter ses forces, ses contradictions et ses fragilités.

Certains groupes de participant·es ont aussi choisi d'aborder des questions plus provocantes sur les habitudes de visionnement. L'objectif est de stimuler une réflexion critique sur le rapport entre spectateurs et documentaires, tout en soulignant l'importance de reconnaître l'amour et les efforts investis derrière chaque film.

Certaines lettres ont également usé de métaphores, comparant la diversité nécessaire de l'offre documentaire à celle des goûts musicaux ou encore à l'équilibre recherché dans l'alimentation. Ces métaphores visent à montrer que, tout comme une diète variée, une culture riche et pluraliste suppose d'accorder une place à des récits multiples et de différents genres.

Enfin, l'importance du bouche-à-oreille a été soulignée comme un vecteur incontournable de visibilité : le public est encouragé à parler des documentaires à leurs proches, à les partager et à contribuer activement à leur rayonnement.

Ces lettres témoignent de la volonté des créateurs d'instaurer un dialogue sincère et durable avec le public, fondé sur la reconnaissance mutuelle, la curiosité et la conviction que le documentaire constitue un espace privilégié de réflexion et de transformation collectives.

Nous vous invitons à lire les lettres ouvertes écrites lors du Forum à l'Annexe D.

9. Liste des abréviations

APFC : Alliance des producteurs francophones du Canada

APTN : Aboriginal Peoples Television Network

AQPM : Association québécoise de la production médiatique

AQTIS : Alliance québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son

ARRQ : Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec

CAC : Conseil des arts du Canada

CALQ : Conseil des arts et des lettres du Québec

CRTC : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

DOC : Association des Documentaristes du Canada

FMC : Fonds des médias du Canada

GCR/DGC : Guilde canadienne des réalisateurs

INIS : Institut national de l'image et du son

ONF : Office national du film du Canada

QEPC : Quebec English-Language Production Council

RDIFQ : Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec

RIDM : Rencontres internationales du documentaire de Montréal

SARTEC : Société des auteur.e.trice.s de radio, télévision et cinéma

SODEC : Société de développement des entreprises culturelles

TACIC : Table de concertation interrégionale en cinéma

TFO : Télévision française de l'Ontario

UPPCQ : Union des producteurs et productrices du cinéma québécois

10. Annexes

Annexe A – Tableaux positionnant les critères de succès identifiés selon la perception dans l'industrie et celle des participants

Table 1
y

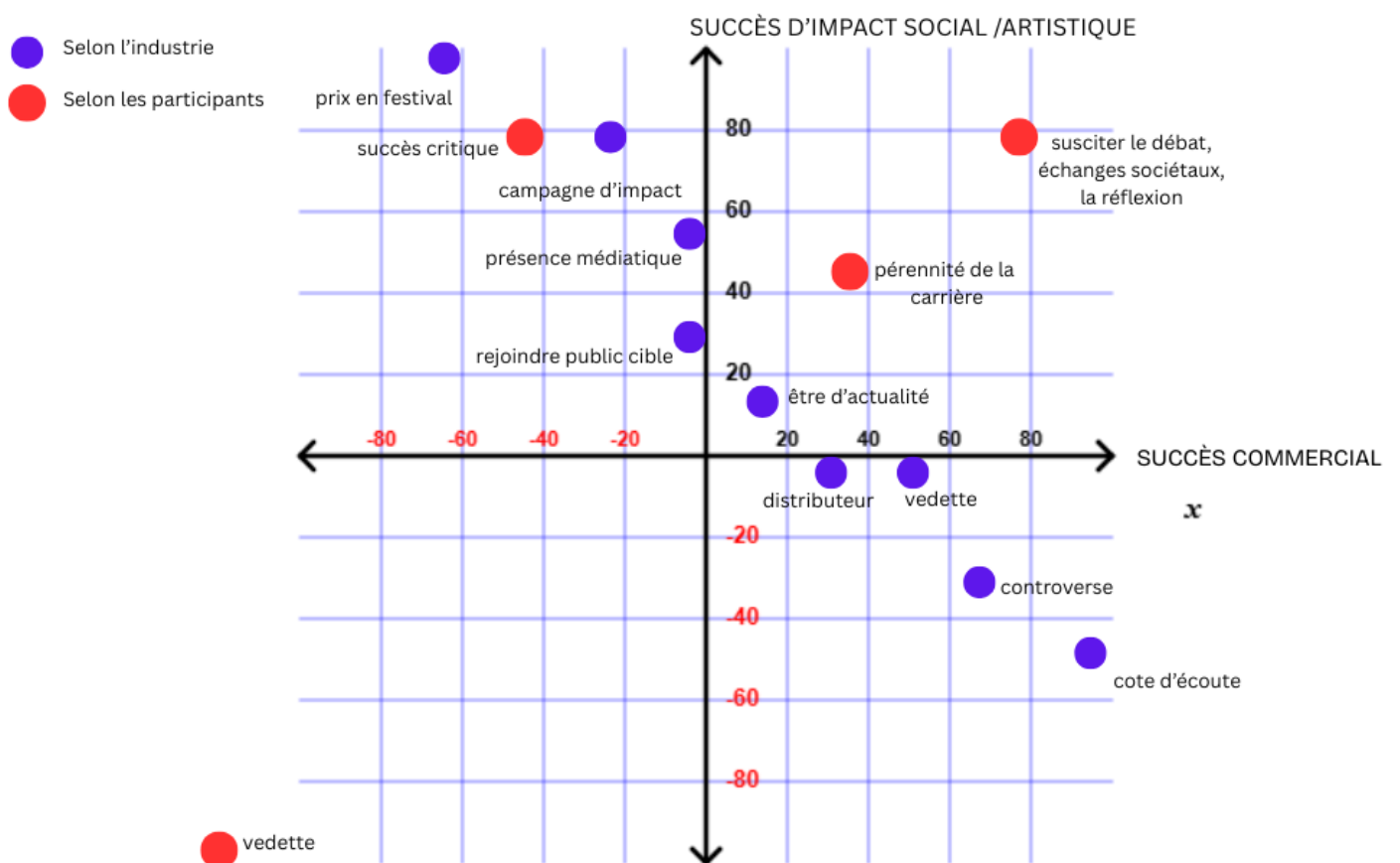


Table 2
y

- Selon l'industrie
- Selon les participants

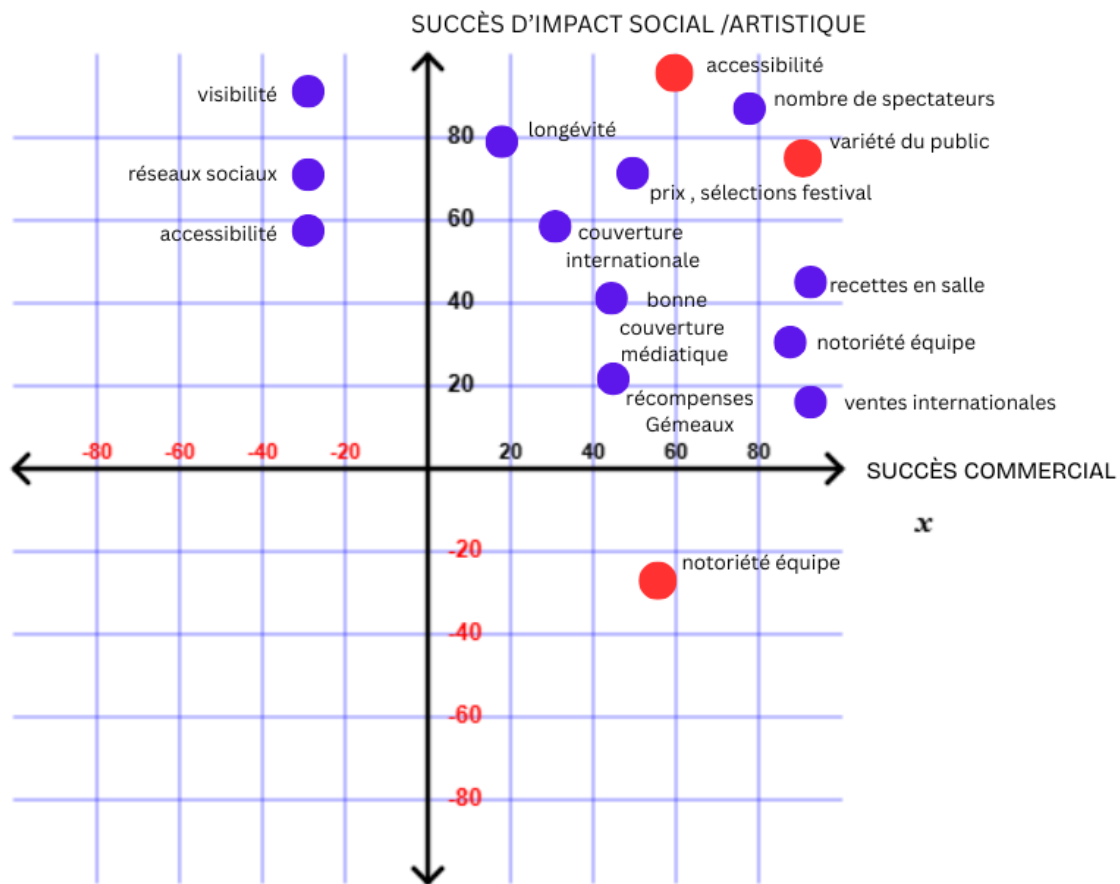


Table 3

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL /ARTISTIQUE

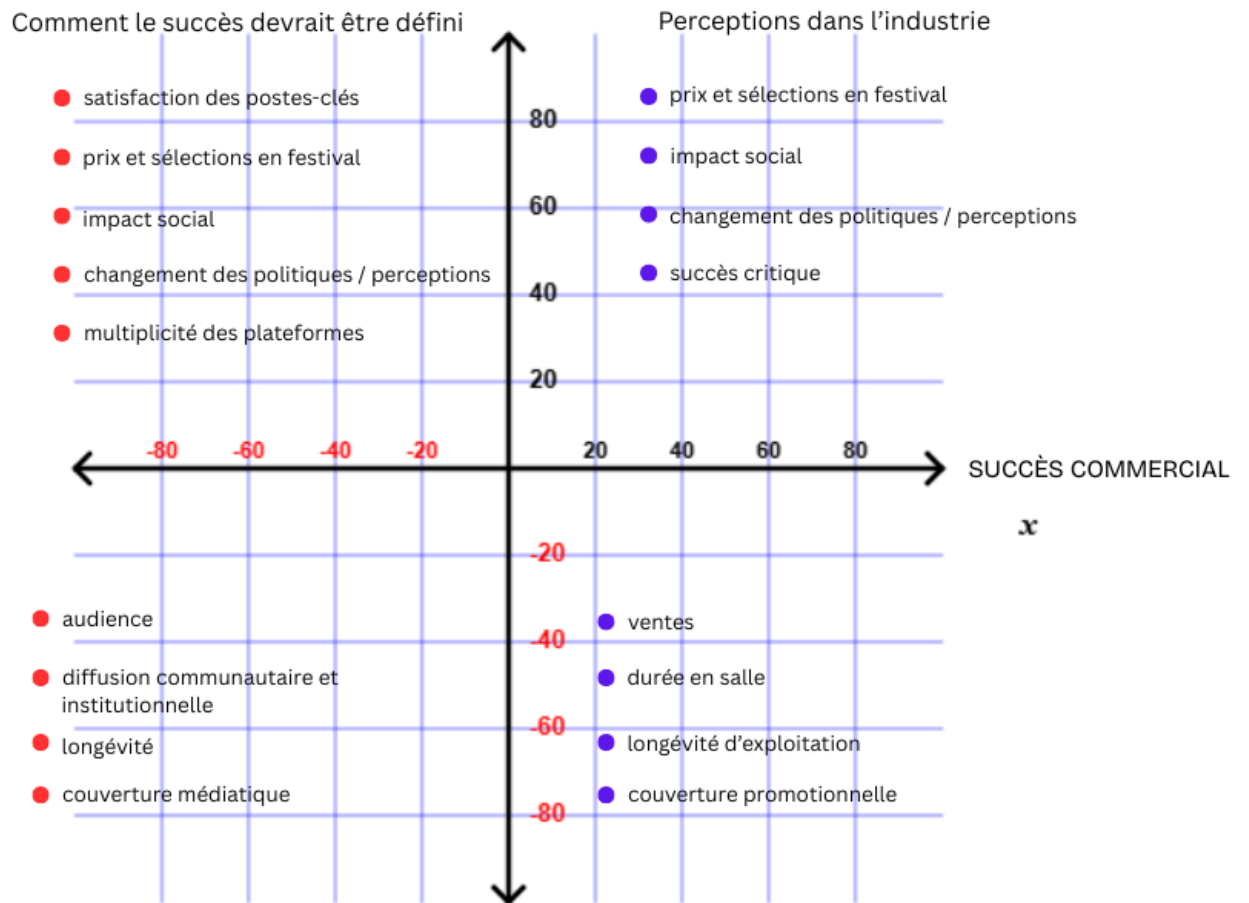


Table 4

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL / ARTISTIQUE

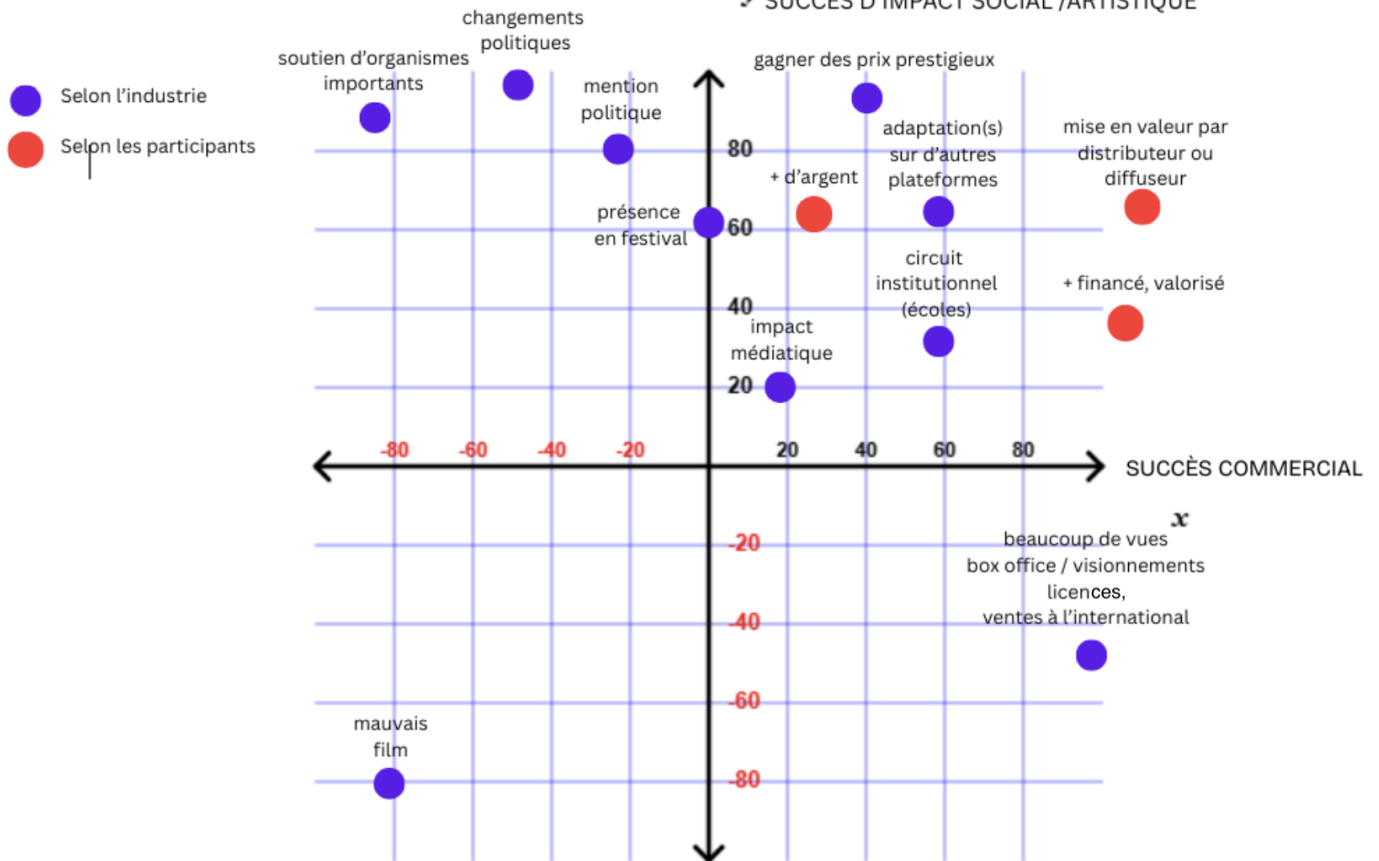


Table 5

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL /ARTISTIQUE

- Selon l'industrie
- Selon les participants

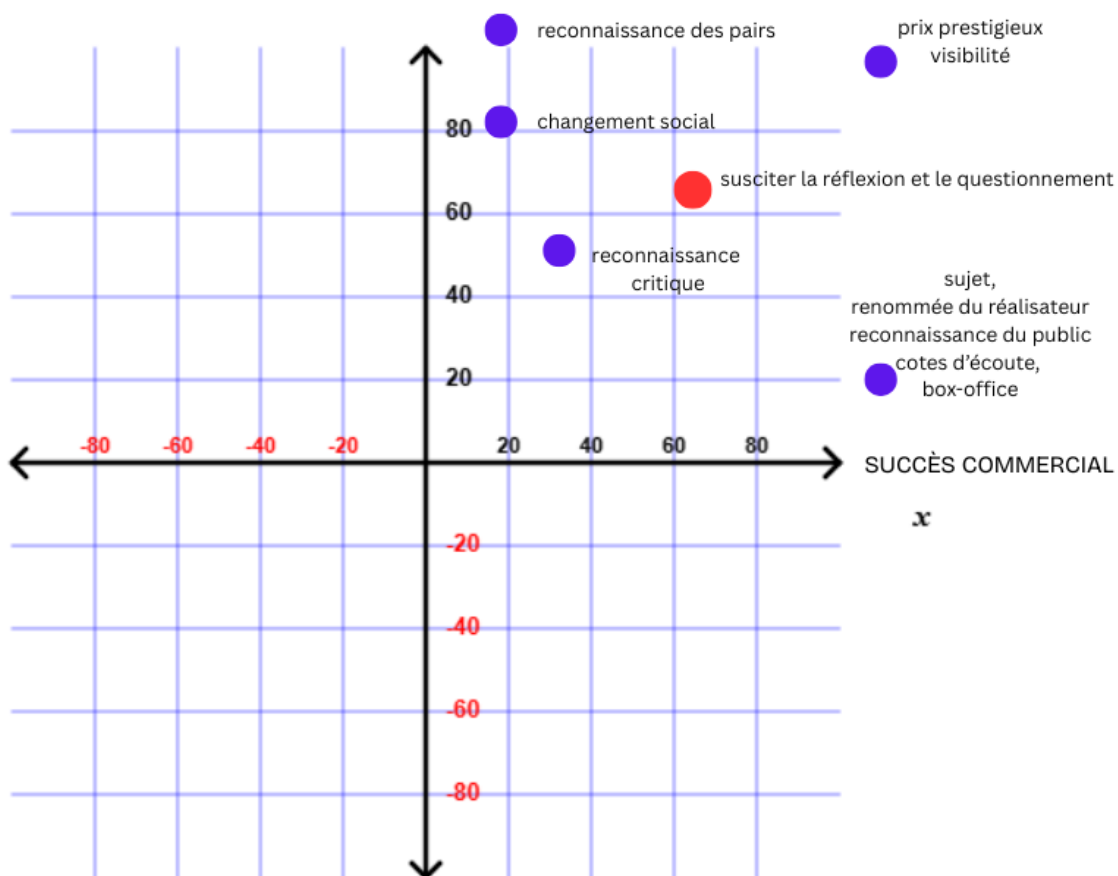


Table 6

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL /ARTISTIQUE

Comment le succès devrait être défini

Perceptions dans l'industrie

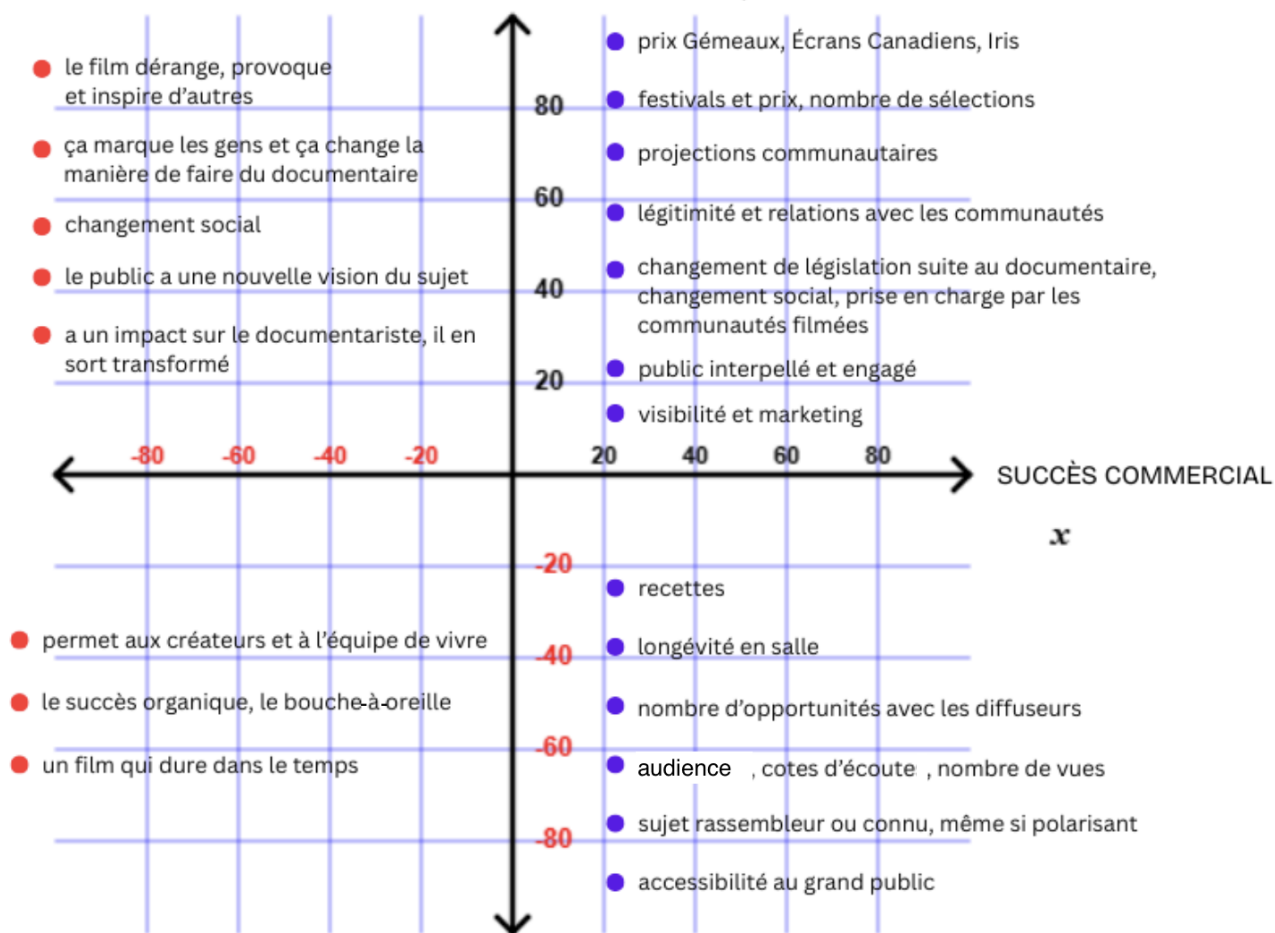


Table 7

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL / ARTISTIQUE

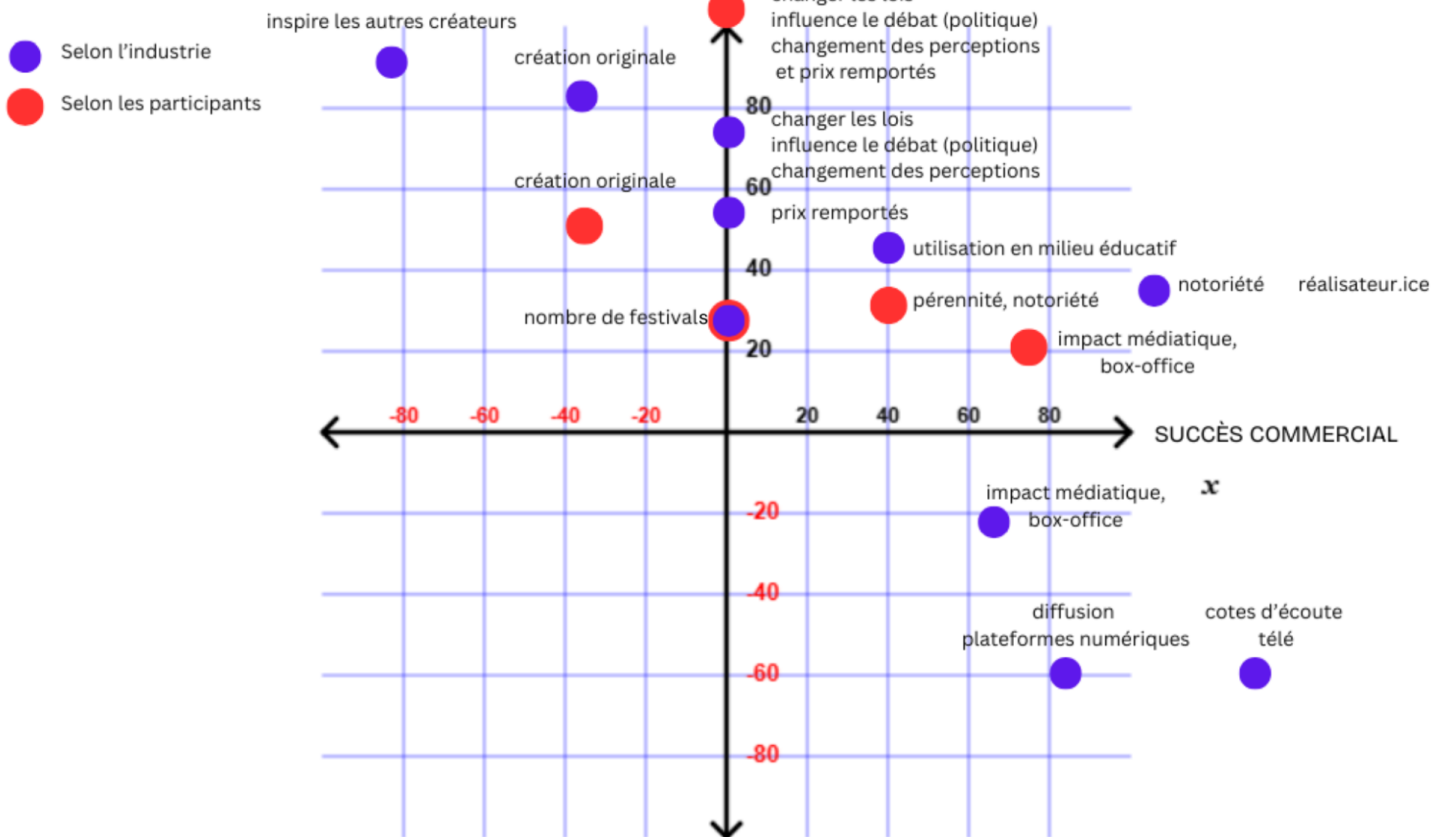


Table 8

y SUCCÈS D'IMPACT SOCIAL / ARTISTIQUE

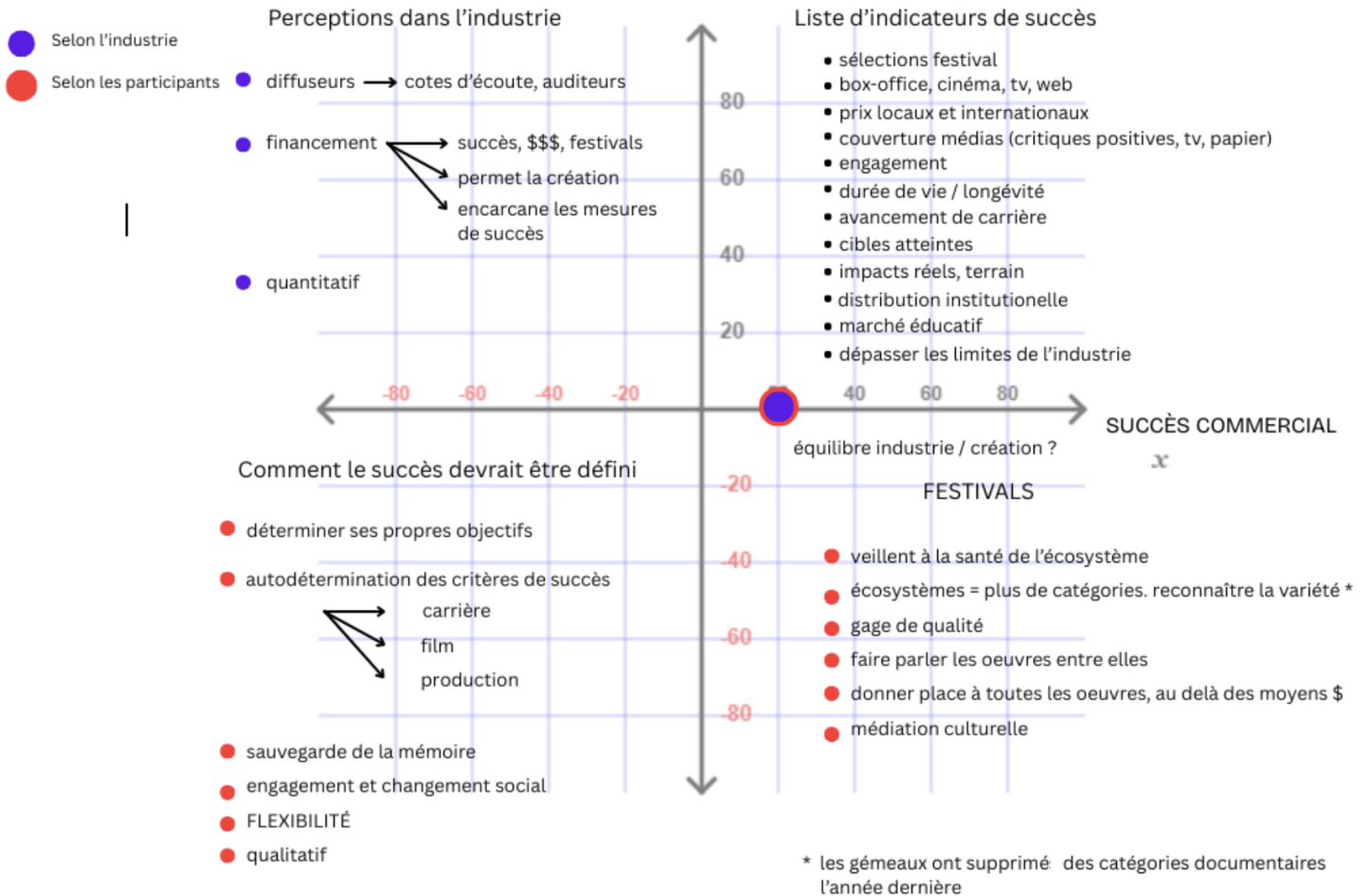


Table 9

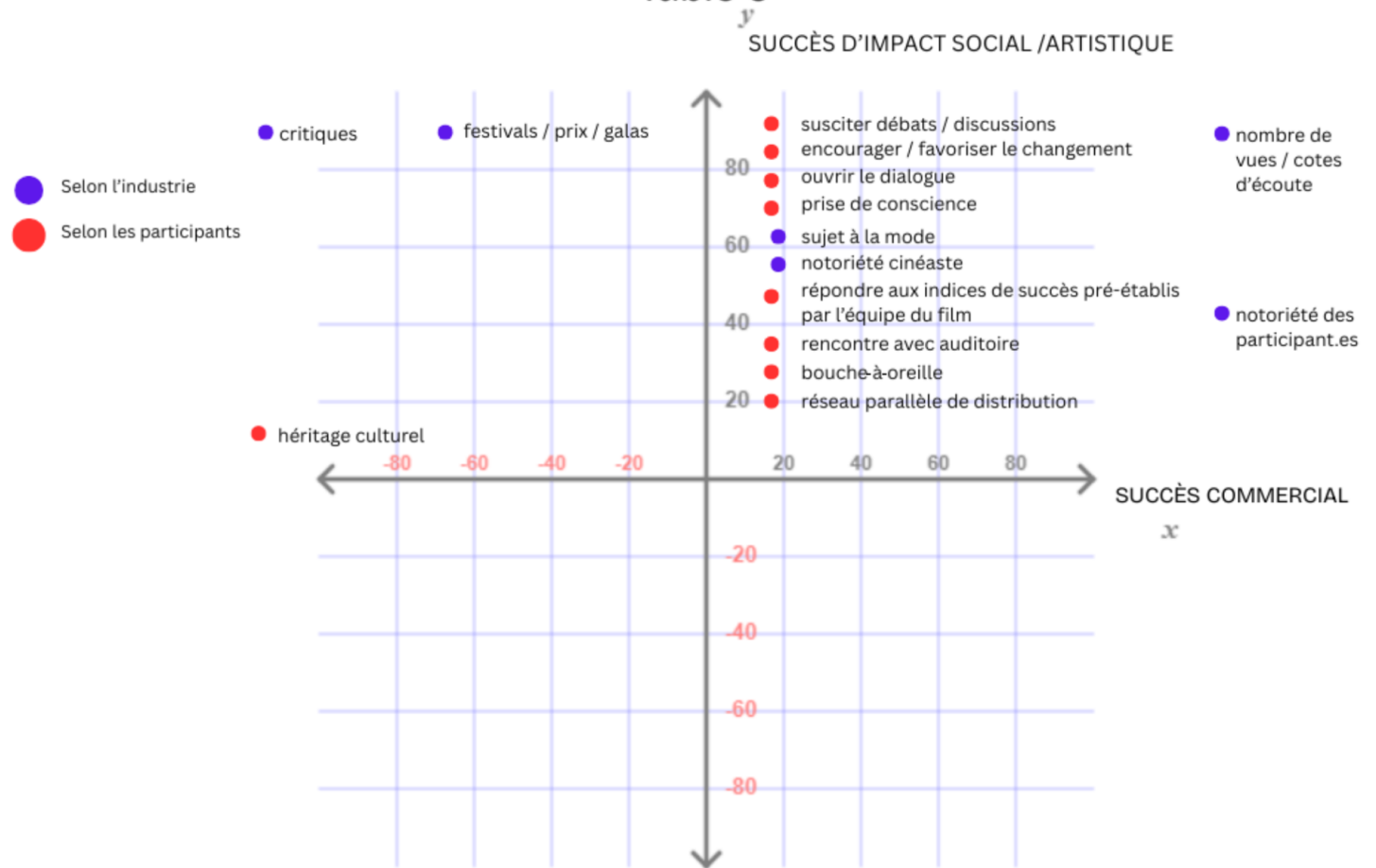
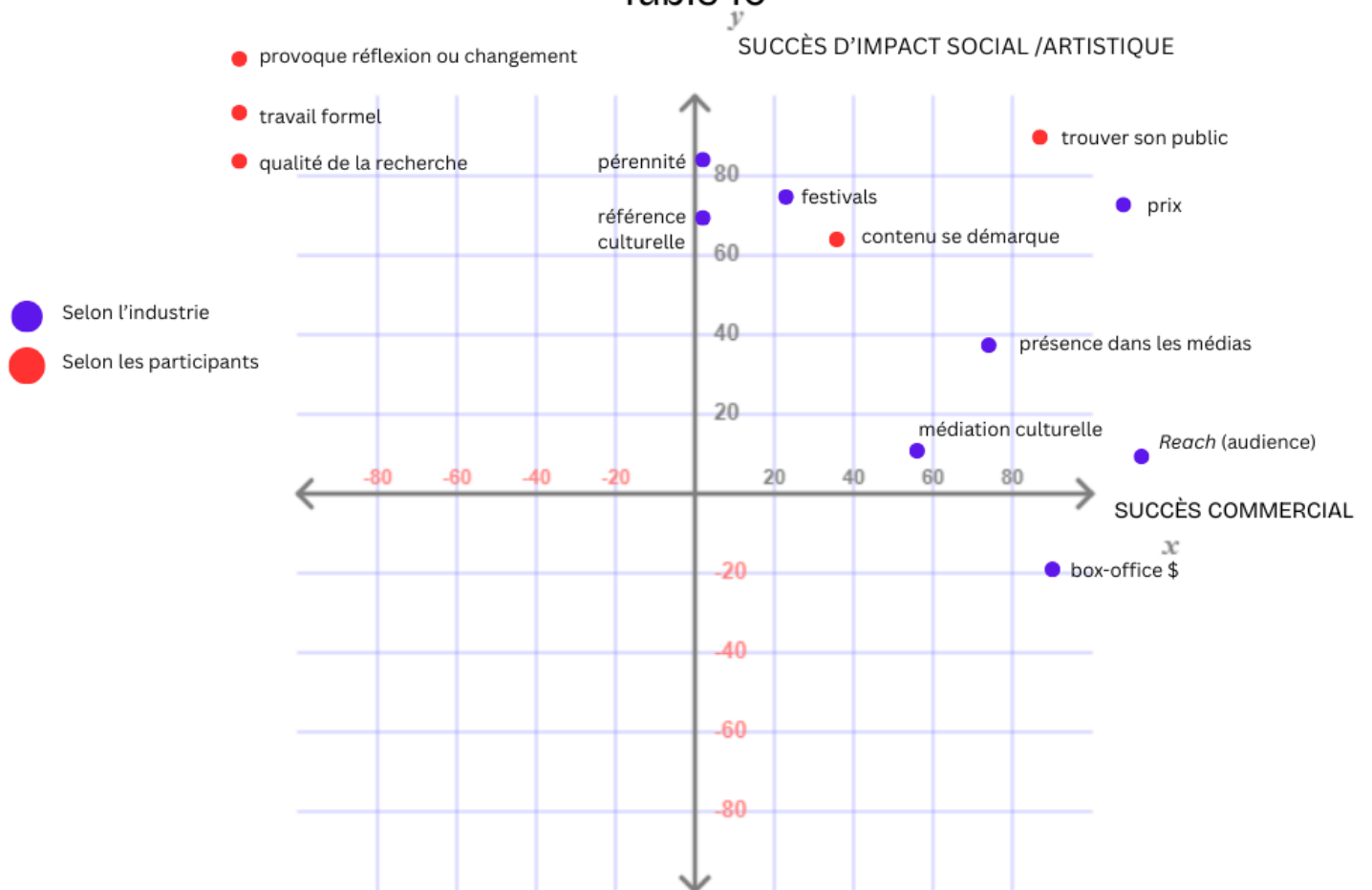


Table 10



Annexe B – Critères de succès identifiés lors des discussions

Le tableau ci-dessous présente les critères de succès mentionnés par les participant·es, accompagnés du nombre de fois où ils ont été cités et de leur positionnement sur les axes de succès (commercial, social/artistique ou mixte).

Critère de succès	Nombre de mentions	Axe principal
Prix	9	Mixte
Sélections en festival	7	Mixte
Cotes d'écoute	6	Succès commercial
Box-office	6	Succès commercial
Impact social	6	Succès d'impact social/artistique
Visibilité	5	Mixte
Longévité	5	Succès d'impact social/artistique
Audience	4	Succès commercial
Couverture médiatique	4	Mixte

Changement social	4	Succès d'impact social/artistique
Impact médiatique	4	Mixte
Engagement	3	Succès d'impact social/artistique
Accessibilité	3	Succès d'impact social/artistique
Présence en festival	3	Mixte
Reconnaissance critique	3	Succès d'impact social/artistique
Bouche-à-oreille	3	Mixte
Changement des perceptions	3	Succès d'impact social/artistique
Notoriété de l'équipe	3	Succès commercial
Notoriété du/de la réalisateur·trice	3	Succès commercial

Succès critique	3	Succès d'impact social/artistique
Réseaux sociaux	2	Succès commercial
Critiques	2	Succès d'impact social/artistique
Succès commercial (auto-référencé)	2	Succès commercial
Projections communautaires	2	Succès d'impact social/artistique
Réflexion	2	Succès d'impact social/artistique
Débats	2	Succès d'impact social/artistique
Trouver son public	2	Mixte
Qualité de la recherche	2	Succès d'impact social/artistique
Satisfaction personnelle	2	Succès d'impact social/artistique

Succès d'impact social/artistique (référence)	2	Succès d'impact social/artistique
Autodétermination des critères de succès	2	Succès d'impact social/artistique
Utilisation en milieu éducatif	2	Succès d'impact social/artistique
Changement politique	2	Succès d'impact social/artistique
Reconnaissance du public	2	Mixte
Diffusion institutionnelle	2	Succès d'impact social/artistique
Renommée du/de la réalisateur·trice	1	Succès commercial
Déranger/provoquer	1	Succès d'impact social/artistique
Répondre aux objectifs de l'équipe	1	Succès d'impact social/artistique
Sauvegarde de la mémoire	1	Succès d'impact social/artistique

Controverse	1	Mixte
Campagne d'impact	1	Succès d'impact social/artistique
Discussion	1	Succès d'impact social/artistique
Travail formel	1	Succès d'impact social/artistique
Réseaux parallèles de distribution	1	Succès d'impact social/artistique
Mise en valeur par distributeur	1	Succès commercial
Référence culturelle	1	Succès d'impact social/artistique
Héritage culturel	1	Succès d'impact social/artistique

Annexe C – Réaliser des documentaires au Québec

Synthèses par table

Table 1 — Petites équipes, mobilité et bricolage créatif

Films mentionnés : *Sous l’artillerie des moteurs*; *Con nhang – Enfants d’encens*; *Ruptura*; *Que le fan soit avec toi*.

Rôles créatifs : Réalisation, production, direction de la photographie, prise de son. Cumul fréquent des postes, notamment réalisation et production sur plusieurs titres. Une coréalisation mentionnée. Équipes « artisanales » où, dans certains cas, une seule personne assure le tournage, la prise de son et parfois même le montage complet — une approche de type *one-person army*.

Sujets : Le conflit chypriote vu par une Québécoise expatriée; l’héritage culturel vietnamien entre le Vietnam et Montréal; un processus de guérison ancré dans des pratiques autochtones brésiliennes; les communautés de fans de *Star Wars* issues de la génération X.

Lieux de tournage : Chypre; Vietnam et Montréal; Montréal et Brésil; Québec, États-Unis et Tunisie.

Collaborations : Fixeur·euses, traducteur·trices et technicien·nes locaux·ales selon les contextes nationaux; équipes légères, mobiles et adaptées aux terrains. Postproduction principalement réalisée au Québec.

Financement : Forte dépendance à l’autofinancement, surtout en développement, où il est difficile d’attendre les réponses aux demandes de soutien avant de filmer certains événements. Rabais de services (ACIC, PRIM, Main Film). Subventions obtenues entre les projets : SODEC, Téléfilm/Talents en vue, CALQ ainsi que des campagnes de sociofinancement. Un projet a bénéficié d’un investissement d’un distributeur.

Points saillants : Manque récurrent de financement. Tension entre l’urgence de tourner et la lenteur des processus administratifs.

Table 2 — Compétitivité, coproduction et fatigue administrative

Films mentionnés : *Avec un sourire, la révolution!*; *Les Jours*; *Al majlis*

Rôles créatifs : Réalisation, caméra, montage, son, production et coproduction.

Sujets : Le référendum d’autodétermination en Catalogne; le portrait d’une jeune femme atteinte d’un cancer du sein; les différents systèmes de pensée dans l’Islam.

Lieux de tournage : Barcelone et Québec.

Collaborations : Équipes québécoises; dans un cas, distribution en France et au Québec. Défi particulier : tourner pendant la pandémie auprès d’une protagoniste malade.

Financement : SODEC, CALQ, crédits d’impôt, ACIC, Centre for Arts and Social Innovation,

PRIM, CUTV. Difficultés à diversifier les sources dans un contexte de forte compétition.

Points saillants : Délais de traitement et fatigue administrative. La coproduction peut être utile, mais n'est jamais garante de succès; une coproduction non officielle est également mentionnée. Les participant-es soulignent le besoin de diversifier les mécanismes de financement et d'accroître leur agilité. Certains réalisateurs ont renoncé à engager un directeur de la photographie étranger — choix pourtant facilitant — par crainte de perdre leur admissibilité aux crédits d'impôt.

Table 3 — Série animalière tournée en milieu sauvage

Projet : *Brazil Untamed* (série documentaire)

Rôles : Coproduction Canada-Brésil. Une équipe locale opérait sur le terrain au Brésil, tandis que l'équipe canadienne a assuré une partie de la scénarisation et de la réalisation. Le projet incluait un partenariat étroit avec un réalisateur animalier brésilien. La postproduction a été effectuée à Montréal. Au Brésil, le directeur photo cumulait également un rôle de producteur. S'ajoutaient des fonctions de chercheur, fixeur, direction de production, etc.

Sujets : La faune du Pantanal brésilien.

Financement : Fonds canadiens télévisuels et contributions brésiliennes.

Points saillants : Le projet illustre les défis propres aux coproductions internationales dans le domaine animalier : difficultés à concilier les critères de contenu canadien avec les réalités du tournage en milieu sauvage à l'étranger; obligation d'engager des talents canadiens pouvant parfois aller à l'encontre des besoins du terrain; répartition complexe des rôles clés entre les partenaires; tension constante entre conformité administrative et intégrité artistique. Le tout dans un contexte de production exigeant : 140 jours de tournage, un volume considérable, mais encore modeste pour une série animalière.

Table 4 — Diversité thématique, soutien public et casse-têtes de première

Films : *Berlin, l'art de l'évasion*; *Michael et moi*; *Langue à l'ouvrage*; *BGL de fantaisie*.

Rôles : Caméra, plongée, prod/réal cumulés.

Sujets : Vie à l'ombre du mur de Berlin; personnificateur de Michael Jackson; francisation au travail; art visuel contemporain.

Financement : SODEC, Téléfilm, Radio-Canada, Télé-Québec, crédits d'impôt, CAC.

Points saillants : Les règles de primeur des festivals compliquent la diffusion; soutien public solide, mais exportation limitée.

Table 5 — Liberté artistique vs exigences de financement

Films : *À hauteur d'enfant*; *Errance sans retour*; *Les cèdres du Liban*; *1948, l'affaire silicose*; *Fanny: The Right to Rock*; *Larry (They/Them)*.

Tournage : Du Bangladesh au Québec et au Liban.

Financement : CALQ, CAC, SODEC, Téléfilm, FMC, Bell, Rogers, crédits d'impôt, ventes PBS/BBC.

Points saillants : Recherche de liberté artistique hors cadre télé; poids des obligations de financement; investissement personnel et bénévolat omniprésents.

Table 6 — Productions autochtones, souveraineté narrative et limites institutionnelles

Films : *Je m'appelle humain*; *A Wolf's Way – Dempsey Bob*; *Night Watches Us* (ONF).

Financement : Radio-Canada, FMC, SODEC, CAC, ONF.

Points saillants : Centralité de la souveraineté narrative; critiques envers l'ONF (lenteur, centralisation); volonté d'autonomie accrue dans la gouvernance des projets autochtones.

Table 7 — Définir le contenu canadien

Films : *La bataille de Saint-Léonard*; *Arctic Hip Hop*; *L'histoire jugera*.

Financement : TVA, Téléfilm, FMC, SODEC, CALQ, CAC, Global TV.

Points saillants : Besoin de définitions distinctes pour « contenu autochtone »; impact direct des règles financières sur les choix artistiques.

Table 8 — Collaboration interrégionale et mandats de diffuseurs

Films : *3 500 km de sentiers partagés*; *Journal d'un père*; *Nu Ulew*; *L'Ordre secret*.

Financement : Radio-Canada, SODEC, FMC, CAC, ONF, TV5.

Points saillants : Maillage d'artistes; ancrage territorial fort; rôle structurant des diffuseurs publics pour la visibilité et la pérennité.

Table 9 — Actualité, urgence et montages hybrides

Films : *Ma cité évincée*; *Le dernier souffle, au cœur de l'Hôtel-Dieu de Montréal*; *Le dernier combat de Salvador Allende*.

Financement : Conseils des arts, Canal D, SODEC, PRIM, France 3.

Points saillants : Importance des financements rapides pour sujets d'actualité; coproductions comme leviers d'accès aux marchés et de diffusion.

Table 10 — Mémoire sociale et tremplins d'accès (Wapikoni)

Film : *La Turlute des années dures* — archives et chansons sur la crise des années 1930.

Financement : CAC, Télé-Québec, SODEC, Téléfilm, appui du ministère de l'Éducation.

Témoignage : Wapikoni Mobile : formation, mentorat et équipement pour jeunes cinéastes autochtones.

Points saillants : OBNL comme porte d'entrée professionnelle; micro-budgets de démarrage; mentorat comme vecteur d'autonomie et de continuité.

Table 1

Cher public, vous nous manquez. Nous vous invitons à une expérience de communion et de réflexion. Nous vous proposons d’explorer, de prendre des risques, d’oser. Comment? Partageons notre curiosité, regardons nos histoires, vivons l’expérience du documentaire.

Table 2

Cher public, je m’aperçois que je ne te connais pas assez. Si tu aimes, dis-le. Si tu aimes le documentaire, dis-le. Écris à ton télédiffuseur pour qu’il en diffuse plus. Si tu aimes, parle avec ton cœur, dis-le. Mais je m’aperçois que je ne te connais pas assez. Qui es-tu? Que veux-tu? Réponds-moi.

Table 3

Cher public, nous avons foi en ton sens critique. Non, non, non! Nous n’avons pas besoin de simplifier nos idées pour que tu t’engages avec nos œuvres documentaires. Profite donc des sujets abordés afin de pousser plus loin ta réflexion. Est-ce que tu t’engages à échanger avec tes proches, tes réflexions sur le dernier documentaire que tu as vu? Sois curieux. Et comme dirait Marc Labrèche : Je t’aime, ma publique.

Table 4

Cher public, dans le domaine du documentaire, plusieurs pensent que tu as 10 ans d’âge mental et qu’il ne faut pas t’en demander trop (C’est un petit peu baveux, mais bon). On sait d’expérience que plus on te donne un film intelligent, plus tu l’apprécies. Ça ne veut pas dire d’être obligé de se limiter à du gros grain noir et blanc ou d’écouter Herzog à tous les soirs à la TV, mais tu es capable d’en prendre beaucoup plus que certains ne le croient. Il serait bon que tu appelles ton diffuseur préféré pour lui dire que oui, un ou deux *true crimes*, c’est bon, c’est comme un Big Mac de temps en temps, mais un peu plus d’audace, de finesse, de culture, de réflexion avec un soupçon de remise en question, c’est aussi bon et mieux équilibré. *Are you hungry for more?* Les gens du documentaire peuvent-ils compter sur ton appétit? On espère que oui. Et si tu nous regardes en bobettes avec des chips et de la bière, pas de problème, on ne remettra jamais tes goûts en question.

Table 5

Cher public, j'espère que tu recevras cette carte à temps. Enfin, je suis arrivé. C'est beau ici. Tu aimerais ça. La vue est vraiment belle. J'aimerais que tu sois là. Si je pouvais t'inviter, gratuit. P.S. – Veux-tu sortir avec moi? Oui? Non? Sinon, pourquoi?

Table 6

Cher public, on comprend que tu es confus dans le système actuel de multiplication de plateformes et de contenus. Il y a des gens qui t'aiment et travaillent fort pour faire ce que tu regardes ou ne regardes pas. Sors du confort de l'algorithme et viens nous voir en salle ou ailleurs. Où veux-tu nous rencontrer? Nous t'en supplions, enfin pas trop non plus, rejoins-nous. Plein de bisous, le docu.

Table 7

Cher public, après des mois et même des années à écrire, tourner, monter et peaufiner un film, quel immense plaisir c'est d'entendre tes applaudissements lors de la première représentation. Ça me donne des ailes pour un prochain voyage et l'envie folle de repartir sur une autre aventure. Mais où trouver l'argent? As-tu des idées?

Cher public. Merci de ton intérêt pour le documentaire. Tu sais, ce n'est pas tous les documentaires qui ressemblent à une série policière. Il y a des documentaires fort intéressants qui t'offrent des formes narratives originales et qui génèrent une conversation publique durable. Je te le jure. Tiens, va voir sur Tënk et tu m'en donneras des nouvelles.

Table 8

Cher public, qui est cet autre qui partage tes nuits? Je t'attends pourtant chaque soir dans le noir, le cœur qui se vide sur les écrans. Je suis un miroir de toi et toi, tu te noies dans cet océan de possibilités. Redécouvre-moi et viens apprendre à te connaître. Je t'attends loin du brouhaha, au fond d'une boîte noire. Allez, plonge ton regard dans le mien, saute dans la magie du réel. Je veux te voir dans mon intimité, mais tu peux aussi emmener des amis. À bientôt, j'espère.

Table 9

Cher public, tu es multiple, tu es varié. Si tu as aimé le film, le documentaire que tu viens de regarder, efforce-toi tout de même de trouver un point critique. Et si tu n'as pas aimé le film, fais un effort pour réfléchir aux situations qui sont présentées dans le documentaire. Est-ce que le film que tu viens de voir a opéré un changement en toi? Y a-t-il un avant ou un après?

Table 10

Cher public, merci de nous écouter. Sans toi, on n'est rien. Par contre, on constate que tu t'éloignes de plus en plus. As-tu vraiment envie que l'on devienne une seule culture mondiale? Sinon, je t'invite à aller à la recherche de contenus stimulants, diversifiés, qui vont te surprendre et te sortir de ta zone de confort. Cher public, ne nous abandonne pas.