

Mémoire pour la valorisation et le soutien à la production originale numérique et interactive au Québec

présenté par Vincent Morisset

Présentation

Je suis fondateur du studio [AATOAA](#) et réalisateur de projets en tous genres (projets interactifs, longs-métrages, jeux, installations, réalité virtuelle). Nos œuvres ont été récompensés des plus grands honneurs à l'international et ici (Emmy, FWA Site of the Year 2015, Cannes Lion, Webby, Gêmeaux) et présentés dans des musées et festivals prestigieux (Venise, Sundance, CPH:DOX, Rotterdam, SXSW, Gaité Lyrique, MoMA, Musée d'art contemporain de Montréal...). Des millions d'internautes ont aussi vu nos projets en ligne. J'oeuvre dans le milieu culturel numérique depuis la fin des années 90 et j'aimerais partager avec vous mon expérience pour nourrir la réflexion sur la politique culturelle québécoise.

En bref

Le Québec doit se doter d'une politique qui soutient les entreprises et les auteurs qui oeuvrent dans le domaine de l'interactivité de façon à développer des propriétés intellectuelles d'ici pour les plateformes numériques. Ce virage se doit d'être ambitieux et concret. C'est en soutenant réellement les créateurs de contenus qui comprennent et exploitent pleinement le potentiel du numérique qu'on va pouvoir recréer un écosystème culturel québécois sain et prospère. En ce moment, il n'existe pas de réel programme pour la création de production interactive originale québécoise.

Réflexion

La révolution numérique amorcé à la fin du 20e siècle a complètement bousculé la façon d'imaginer, produire et distribuer les produits culturels. C'est encore plus frappant depuis quelques années. Le changement de paradigmes est limpide et on se doit de réagir car les modèles traditionnels ne fonctionnent plus. L'expertise et le talent québécois dans le domaine de l'interactivité est reconnu à l'international, mais le soutien à la production interactive originale par le gouvernement provincial est inexistant. Les leaders du domaine se retrouvent en ce moment à développer pour des investisseurs étrangers.

J'ai été aux premières loges pour observer et vivre ces changement en collaborant avec le groupe Arcade Fire depuis leurs tous débuts en 2004 jusqu'à aujourd'hui. Nous avons commencé par créer du contenu original en ligne. J'ai bien humblement, créer le premier videoclip interactif au monde ([beonlineb.com](#)). La prémisse était pragmatique: rejoindre le public qui avait déserté Musique Plus et MTV et tirer avantage des possibilités narratives de l'ordinateur. Mon long-métrage documentaire sur le groupe, Miroir Noir, fût l'un des premiers films à être lancé en exclusivité sur une plate-forme numérique (bien avant *Netflix*...). Nous avons court-circuité le traditionnel parcours (festivals – cinéma – dvd – vod) sans pour autant cannibaliser chaque marché. Les fans du groupe, dans l'impatience du long processus, aurait trouvé une façon de se procurer illégalement le film. Donc pourquoi ne pas leurs donner l'occasion de l'acheter le jour J.

Grâce au soutien de l'ONF, j'ai pu réaliser deux projets interactifs personnels ([BLA BLA](#) et [Jusqu'ici](#)). Les deux projets ont été encensés et vus par des centaines de milliers de personnes à travers le monde. J'ai dorénavant un public fidèle qui attend avec impatience notre nouveau projet... Le modèle de distribution et de pollinisation d'oeuvres interactives ne doit pas être calqué sur le modèle traditionnel. Par expérience, des comptes twitter d'individus, des articles de blogues ou chaines youtube indépendantes peuvent avoir un pouvoir de visibilité et de redirection beaucoup plus fort que des

mentions de médias traditionnels établis. La condition d'avoir un distributeur traditionnel dans l'équation ne devrait pas être un pré-requis. Certains contextes et prémisses permettent d'assurer un nombre importants de spectateurs. Ces alternatives pourraient être juger favorablement dans un dépôt.

Il est primordial de développer une culture d'auteurs qui exploitent les nouvelles plates-formes. Ce qui est, pour le moment, quasi inexistant. C'est par cette voie, je crois, qu'on pourra créer un lien fort (et donc une demande et un marché) entre le public d'ici et les créateurs d'ici.

Présenter du contenu sur un ordinateur ou une tablette permet d'entrer en relation avec l'oeuvre d'une façon différente. L'interactivité fait désormais partie intégrante de l'expérience. Cet aspect ne devrait plus être considéré comme une curiosité ou une nouveauté. Les programmes gouvernementaux actuels qui soutiennent les nouvelles écritures, mettent beaucoup d'emphase sur la caractère innovant dans l'attribution et la promotion des projets. À mon avis, nous devrions pouvoir construire sur les acquis et juger les projets dans leur ensemble (pertinence de la proposition, qualité de l'équipe, etc.). Voilà 20 ans que la pratique se développe. Nous arrivons à une certaine maturité. Bien que pour plusieurs, tout ceci semble nouveau, l'expertise elle, ne l'est pas. Il est important d'être au fait des développements et des évolutions constantes des technologique. Mais il faut éviter d'être à la merci des tendances qui changent aux deux ans. La vraie innovation transcende ces modes. De plus, il est de plus en plus difficile de mettre en silo les pratiques, les médias et les produits culturels au moment où tout se consomme sur le même appareil. Pour cette raison, je crois fortement dans une politique culturelle québécoise qui est agnostique des médiums. Cette politique se doit d'être ouverte, malléable et capable de soutenir des initiatives qui sortent des terrains battus et qui ne rentrent pas dans les cases établies.

Nous vivons au Québec, comme ailleurs dans le monde, un véritable vortex culturel de la génération Y et des *millenials* (mais aussi des plus vieux comme moi et mes parents...) vers les contenus américains. Il est impératif que le Québec soutienne d'avantage la production de propriétés intellectuelles d'ici pour les plates-formes numériques. Pour avoir une industrie saine et compétitive, il sera nécessaire que le domaine interactif puisse avoir accès aux crédits d'impôts comme le peuvent l'industrie du jeu vidéo et du cinéma.

Il est important de reconnaître et soutenir les entreprises culturelles d'ici qui œuvrent dans le milieu de l'interactivité. Depuis trop longtemps, ces entités ont été considérées comme des fournisseurs de service. Avec le recul, nous pouvons affirmer que les programmes de convergence ont été un échec. Ils auront eu la qualité d'éduquer et sensibiliser les entités traditionnelles aux spécificités du numérique. Les producteurs traditionnels se font souvent forcer à intégrer une composante numérique dans leur structure financière et ils le font sans grande conviction. Ils tiennent les rennes de projets dont ils ne comprennent pas le langage et la façon de faire. C'est pour cette raison que je recommande de favoriser la production et le développement de propriétés intellectuelles par des entités numériques. Le maillage entre différents milieux est extraordinaire, mais il ne devrait pas être obligatoire comme ça semble être le cas avec le programme pilote en production interactive de la Sodec.

Plusieurs consultations au sujet du virage numérique ont été faites depuis plusieurs années. Peu a été fait malgré tout. Je crois personnellement qu'il est impératif de soutenir rapidement des projets originaux québécois qui tirent profit des nouvelles possibilités créatives, narratives et commerciales des plates-formes numériques. La survie de notre culture et de notre langue en dépend.

Conclusion:

Je termine avec un texte qui date de quelques années, mais qui reste encore très pertinent.

À l'initiative de Vincent Morisset, des personnalités des nouveaux médias se sont regroupées à la Sodec pour exposer leurs points de vue sur les nouvelles écritures. Un texte, publié en novembre 2013 et intitulé Manifeste pour les nouvelles écritures, découle de leur rencontre.

MANIFESTE POUR LES NOUVELLES ÉCRITURES

Énoncé d'intention sur la production culturelle numérique et interactive québécoise

1. Le Québec est actuellement une référence mondiale en création interactive.
2. Nul n'est prophète en son pays. Les publics québécois ne sont pas conscients que les artistes et producteurs d'ici changent le visage mondial du numérique. Nous voulons d'abord et avant tout créer pour le public et la culture d'ici.
3. La création interactive n'est pas une déclinaison d'une autre forme d'expression. Elle est une forme artistique en soi. Il faut nommer la pratique et l'appuyer par une démarche qui lui est propre.
4. L'industrie de l'interactivité est une industrie culturelle. Ses créateurs ne sont pas des fournisseurs de service. C'est par une pratique appuyée qu'émerge une culture d'auteurs.
5. Scénariser un projet interactif, c'est aussi prototyper des idées artistiques et technologiques. Le code de programmation est un outil d'expression.
6. Il faut créer les circonstances favorables à l'émergence d'une culture d'écriture interactive.
7. L'acte de diffusion fait partie du geste de création.
8. Le média québécois curateur et diffuseur d'oeuvres interactives d'auteurs n'a pas encore vu le jour car le numérique est déjà sorti des écrans.
9. Les oeuvres interactives québécoises doivent être conservées pour que les futurs créateurs numériques sachent qu'ils s'inscrivent dans une lignée et une histoire propres au Québec.
10. Afin de maintenir son leadership mondial en création interactive, le Québec doit mettre en place un soutien dédié et durable aux artistes et aux entreprises culturelles du numérique. Ce soutien doit se décliner en développement et en production.

Antonello Cozzolino, Producteur, Attraction Images
Thibaut Duverneix, Réalisateur, Département
Émilie F. Grenier, Designer interactif
Philippe Lamarre, Producteur, Toxa
Micho Marquis-Rose, Producteur délégué, LP8 Média
Melissa Mongiat et Mouna Andraos, Réalisatrices, Daily tous les jours
Vincent Morisset, Réalisateur, AATOAA
Hugues Sweeney, Président du conseil d'administration Mutek
yako (Jean-Christophe Yacono), Réalisateur, La Compagnie Invisible