



# Le contenu canadien dans un monde numérique

## Principaux constats

---

## Edmonton

7 novembre 2016

## Renseignements sur l'événement

Il s'agit d'un résumé éclair des thèmes et des débats principaux qui ont été dégagés de la séance de table ronde sur le contenu canadien dans un monde numérique, tenue à Edmonton le 7 novembre 2016 au Centre Winspear.

La séance comprenait une discussion d'une demi-journée au cours de laquelle les participants ont été encouragés à partager leurs visions et perspectives sur les trois questions générales suivantes qui sont liées à la consultation en cours sur le contenu canadien dans un monde numérique :

- À vos yeux, à quoi ressemble un système culturel qui soutient les créateurs et respecte les choix des citoyens?
  - De quelle façon appuyons-nous les artistes, les créateurs de contenu et les entrepreneurs culturels du Canada afin, d'une part, de créer un écosystème culturel dans lequel ils s'épanouissent et qui favorise la croissance de notre classe moyenne au pays et, d'autre part, de les aider à se démarquer au-delà de nos frontières?
  - Comment pouvons-nous relever le défi visant à promouvoir la créativité canadienne dans un monde numérique, et comment pouvons-nous utiliser le contenu canadien pour promouvoir une démocratie saine?
- Chaque question a été débattue durant la même période de temps au cours de la séance. Compte tenu des chevauchements entre ces questions et de la nature dynamique de la discussion, de nombreux thèmes ayant surgi des débats peuvent s'appliquer à différents domaines contenus dans les questions. Afin d'éviter les répétitions, le présent résumé est agencé de sorte à refléter au mieux les thèmes débattus.
  - La séance a été animée par Marc Beaudoin. Un animateur d'Ipsos était chargé de chaque discussion à la table.
  - La discussion a rassemblé **56** participants au total. Tous les participants ont été invités par Patrimoine canadien, en collaboration avec Ipsos.
  - La ministre de Patrimoine canadien et des représentants du Ministère responsables des politiques étaient présents pour écouter directement les commentaires et apporter au besoin des éléments contextuels.

## Ce qu'il faut retenir

- La réussite dans un système artistique diffère de la réussite dans un système commercial. Il importe de trouver un équilibre entre ces deux perspectives pour garantir une industrie florissante.
- Les participants n'étaient pas tous d'accord sur la définition du contenu canadien. Pour de nombreux participants, il conviendrait d'arriver à une meilleure définition pour déterminer qui peut se qualifier comme *créateur canadien* et ce que signifie l'expression *contenu canadien* afin de pouvoir véritablement protéger et soutenir ces notions. Le temps est peut-être venu d'élargir notre perspective au-delà des définitions traditionnelles et d'y inclure les professions de créateurs technologiques et d'entrepreneurs numériques.
- L'innovation et la prise de risque représentent des éléments clés lorsqu'il s'agit de promouvoir une création élargie et en continu des contenus culturels. De la même façon, promouvoir l'investissement privé dans le secteur culturel et stimuler l'esprit d'entreprise sont des déterminants essentiels de la réussite à long terme des créateurs.
- Le gouvernement peut et doit jouer un rôle de soutien auprès des créateurs émergents qui cherchent à étendre leurs compétences afin de bâtir une entreprise autosuffisante. Ce faisant, le gouvernement encouragera la participation dans ce secteur de l'économie. Les mécanismes de financement actuellement en vigueur doivent être réexaminés afin de tenir compte des tendances actuelles et à venir liées à l'espace culturel numérique et faire l'objet d'une rationalisation pour certains processus et d'un adoucissement pour certaines restrictions en fonction du média.
- Une pluralité d'opinions en faveur de l'inclusion des différentes régions, des minorités visibles et linguistiques, des femmes, de la communauté LGBTQA (lesbienne, gaie, bisexuelle, transgenre et allosexuelle) et des perspectives diverses demeure un élément important lorsque l'on soutient et promeut une industrie culturelle large et inclusive.

- Le soutien offert au moyen du perfectionnement des compétences technologiques et d'affaires des créateurs va de pair avec la garantie de la réussite à long terme de l'industrie culturelle canadienne. Cela peut passer par des programmes de formation et un soutien financier offert pour le perfectionnement.
- Le mentorat et les coproductions représentent des occasions de développement créatif et d'innovation. Cependant, il faut trouver un équilibre au sujet du soutien financier apporté aux coproductions internationales afin de veiller à ce que leurs retombées économiques demeurent au Canada.
- Le maintien de la propriété intellectuelle au Canada est indispensable pour assurer une rémunération juste des créateurs et garantir que le contrôle du développement créatif demeure au Canada.

## Discussion approfondie

D'une manière générale, les participants ont été largement enthousiastes de participer à ces séances de discussion organisées d'un bout à l'autre du pays par Patrimoine canadien. De nombreux participants ont suggéré la poursuite d'un dialogue ouvert et permanent afin d'aider l'industrie à se tenir informée.

### À vos yeux, à quoi ressemble un système culturel qui soutient les créateurs et respecte les choix des citoyens?

Dans la mesure où les participants n'étaient pas d'accord sur ce que signifie le contenu canadien et ce qui caractérise un créateur, un tel système culturel doit être mieux défini. Les opinions sur ce qui doit figurer dans le contenu « canadien » ont beaucoup varié d'une discussion à l'autre. De la même manière, on a débattu de l'inclusion des créateurs technologiques et des entrepreneurs numériques dans la catégorie des créateurs.

#### Soutien des créateurs

*La plupart des participants ont convenu que pour soutenir les créateurs, il fallait améliorer l'accès au financement.*

- Une discussion importante s'est tenue au sujet du changement du modèle de financement dans le secteur culturel, passant d'une approche axée sur les subventions au développement d'un marché indépendant financièrement viable. Les suggestions fréquentes pour atteindre ces objectifs sont les suivantes :
  - Assouplir les critères d'attribution de financement. D'après la vision dominante qui s'est dégagée, les critères actuels ont une portée trop étroite, ce qui contraint les créateurs à élaborer un contenu qui respecte les critères prescrits pour obtenir un financement. Cela limite le potentiel créatif du secteur en plaçant trop l'accent sur la réussite commerciale du produit final plutôt que sur l'atteinte d'un équilibre entre rentabilité et créativité. Cette souplesse s'étend également aux mécanismes de financement qui permettent et soutiennent la pollinisation croisée entre les différentes industries culturelles.
  - Rationaliser le processus de sorte à faciliter la tâche des créateurs, par exemple en offrant des échéances en continu pour le financement tout au long de l'année qui permettent d'accéder à davantage de possibilités de financement.
  - Pour certains participants, il importait de se concentrer sur le financement des créateurs plutôt que sur celui des producteurs et des distributeurs; pour d'autres, il importait également d'élargir le cadre des modèles de financement pour permettre aux entrepreneurs d'accéder à un financement.
  - Encourager un esprit d'entreprise parmi les créateurs et les investisseurs les incitant à prendre des risques en promouvant la responsabilité sociétale pour stimuler l'investissement du secteur privé.
    - Permettre l'investissement privé pour le démarrage d'entreprises, comme c'est le cas pour l'investissement dans les entreprises en démarrage et dans le secteur des ressources naturelles en Alberta.
    - Il faut prévoir des incitatifs fiscaux pour les investisseurs privés et les entreprises en démarrage, par exemple en permettant aux entreprises créatives ou à leurs investisseurs de bénéficier d'un allègement fiscal jusqu'à la réalisation de profits.

- Décentraliser le financement pour apporter une plus grande équité régionale dans le pays, ce qui offrirait un meilleur accès aux créateurs travaillant hors des principaux centres urbains, et permettre l'accès pour plus de créateurs locaux et régionaux. On avait l'impression que, malgré la contribution de la province au secteur, le financement fédéral était moins présent en Alberta.
- Examiner les pratiques exemplaires dans d'autres modèles de financement à l'étranger et entre les industries.
- D'autres participants ont eu le sentiment que mettre en place un dispositif plus large et permettre une plus grande prise de risque profiteraient davantage au secteur culturel canadien, plutôt que de se limiter à un contenu reconnu comme financièrement viable. Cela conduirait à approfondir le perfectionnement de l'expérience des créateurs canadiens, à recueillir une plus grande diversité des voix et à offrir plus de liberté dans l'expression créatrice, au-delà des productions commerciales avérées.
- De nombreux participants ont eu le sentiment que le financement devait rester entre les mains des créateurs canadiens pour permettre le réinvestissement et obtenir de plus importantes retombées économiques locales du secteur culturel canadien.

*En plus du financement, une discussion importante s'est tenue au sujet de l'investissement dans le perfectionnement des créateurs.*

- Plusieurs suggestions ont été formulées concernant la manière dont les gouvernements pourraient soutenir le développement d'une main-d'œuvre culturelle durable et financièrement indépendante au Canada. Les principales recommandations sont les suivantes :
  - Encourager les jeunes gens à poursuivre des carrières dans les arts et la culture et promouvoir le développement d'un cheminement professionnel durable pour le secteur.
  - Soutenir le développement des compétences numériques dans tous les aspects de la culture grâce à un programme de formation sur les principes de base, dans la mesure où il a été indiqué que les cheminements de formation complémentaire étaient limités dans l'ouest du Canada.
  - Favoriser le maintien de la propriété intellectuelle canadienne au Canada et entre les mains des créateurs.
  - Accorder aux créateurs le temps et les ressources pour explorer leur art ou leur création, pour élaborer un produit final ou une pièce qui exprime leur idée et relate leur histoire. Cela s'applique aux films, à la musique, à la littérature, aux arts visuels et même au développement d'applications et de jeux. Les créateurs ont besoin qu'on leur accorde le temps nécessaire pour explorer leur art, faire des tentatives et s'améliorer. Certains participants estiment que le soutien financier au cours de cette période d'exploration est important. Les créateurs doivent quand même être en mesure de gagner leur vie pendant qu'ils perfectionnent leurs compétences.
  - Permettre le mentorat ou les projets de création conjointe dans lesquels les créateurs peuvent apprendre les uns des autres et élaborer un programme de partage des expériences au sein d'un média, mais également entre les disciplines.
  - Soutenir la constitution de réseaux et l'établissement de relations au sein des secteurs grâce à la participation à des conférences et à un soutien pour la participation à des événements internationaux.
  - Offrir des formations en affaires et entrepreneuriat aux créateurs de sorte qu'ils puissent devenir indépendants financièrement et perdurer.

*Le fait de veiller à ce que le rendement du capital investi par le Canada dans le contenu culturel profite aux créateurs canadiens a été perçu comme essentiel pour la réussite à long terme.*

- La détention de la propriété intellectuelle a été perçue comme préoccupante compte tenu de l'influence que peuvent exercer le soutien financier et les producteurs sur la manière dont une histoire est racontée. La distribution doit demeurer entre les mains de Canadiens afin que les recettes durables restent au pays et puissent être réinvesties dans le contenu canadien.
- De nombreux participants ont déclaré que les règlements touchant à la propriété intellectuelle et au droit d'auteur devaient être revus afin de garantir aux artistes ou aux créateurs la possibilité de détenir leur propre propriété intellectuelle et de la conserver au Canada.

- Ces participants ont avancé l'idée selon laquelle dans de nombreuses industries, les personnes perçues comme des exportateurs canadiens créatifs sont vues comme disposant de bailleurs de fonds américains. Cela profite à la marque canadienne, mais l'inquiétude monte au sujet des recettes et des profits qui ne reviennent ni au Canada ni aux créateurs canadiens.
- Les contributeurs à la propriété intellectuelle devraient profiter des recettes. Les créateurs tels que les acteurs, les musiciens et les compositeurs devraient être rémunérés à hauteur de la réussite financière du projet.

*Un accord général s'est dégagé quant au fait que la promotion d'une culture valorisant le contenu canadien en sensibilisant et formant les Canadiens est essentielle pour soutenir les créateurs canadiens.*

- De nombreux participants avaient comme but premier ou comme souhait une culture valorisant les histoires et les conteurs canadiens. Il faut encourager les citoyens à rechercher des histoires et du contenu canadiens.
- On doit investir dans la culture par le bas. Les Canadiens doivent posséder une culture numérique et participer à la culture canadienne, encourageant une culture qui valorise la culture.
- De nombreux participants ont réitéré pendant la discussion l'idée selon laquelle la pluralité des voix constitue une valeur et une force essentielles du contenu canadien, à la fois comme reflet de notre diversité et éloge de nos différences. Certains participants ont le sentiment que cette pluralité est menacée, que l'influence culturelle des États-Unis, notre plus proche voisin, et d'un éventail d'autres sources médiatiques met en danger l'identité culturelle particulière du Canada.
- Un participant est allé plus loin en déclarant que la voix du Canada était la voix du monde, et que toute politique culturelle devait prendre en compte le caractère mondial de l'espace numérique ainsi que les besoins des citoyens canadiens. Les participants ont plaidé en faveur des coproductions et du soutien de la création collaborative à travers les frontières géographiques pour permettre aux liens culturels des communautés canadiennes d'être intégrés davantage au sein de la discussion nationale.
- D'autres participants ont souligné que le rôle des Franco-albertains au sein de la culture nationale francophone était souvent oublié. Le soutien pour les créateurs francophones hors Québec a été perçu comme vital pour cette communauté, notamment l'accès aux marchés francophones plus importants hors de la province.

De nombreux participants ont appuyé une approche transdisciplinaire afin d'examiner les pratiques exemplaires existantes dans différentes industries au Canada et dans le monde pour les reproduire dans l'espace numérique. Les industries des jeux vidéo et de la musique ont souvent été mentionnées comme disposant d'une expérience de ce type qui pourrait être incorporée dans un cadre national.

### Choix des citoyens

*Dans le contexte du contenu numérique, le choix est illimité et inhérent à l'accès universel à Internet. L'élément clé se trouve dans la manière dont le Canada exploite les plateformes numériques pour promouvoir et distribuer le contenu canadien.*

- Certains participants ont déclaré que le Canada devait développer sa propre plateforme numérique canadienne pour promouvoir le contenu fabriqué au pays, en concurrence avec les plateformes existantes. D'autres participants ont considéré que le Canada avait besoin d'élaborer une stratégie de concurrence accrue sur les plateformes existantes (p. ex., Netflix) et de mieux exploiter les plateformes locales existantes.
- Pour d'autres encore, il est nécessaire de disposer de davantage de choix pour accéder au contenu, au-delà des entreprises privées les plus importantes qui assurent la majorité de la diffusion au Canada.

*La question de la lassitude des choix a fait l'objet d'une discussion. Il s'agit du caractère illimité de l'offre en ligne. Face au volume du contenu, les citoyens peuvent avoir du mal à effectuer des choix éclairés dans leur consommation.*

- La discussion a porté sur le rôle des algorithmes triant le contenu présenté au public, ainsi que sur la validité du fait de démarrer avec une perspective de neutralité du Net. De nombreuses plateformes de contenu en ligne sont axées sur le contenu et proposent du contenu en fonction des préférences et des habitudes d'utilisation du consommateur, ce qui restreint le potentiel de découverte.

- De nombreux participants ont considéré qu'en dépit du fait que les plateformes parviennent à fournir au public le contenu voulu et recherché, il est plus difficile de promouvoir la découverte de nouveaux contenus au-delà de la zone de confort relevant du domaine connu. La découverte représente une partie importante de l'expérience des citoyens dans la consommation du contenu culturel. Bien que l'ère numérique facilite d'une certaine manière l'accès et la découverte de contenus différents, elle facilite aussi la possibilité d'ignorer des contenus qui pourraient mettre au défi les spectateurs et citoyens.
- Une autre possibilité qui a fait l'objet de discussion portait sur le rôle des programmeurs culturels dans la promotion et la proposition de nouveau contenu, ce qui favorise la découverte. Si certains participants ont considéré que cela conduisait à un autre biais potentiel au sujet de ce que l'on tient pour du contenu de qualité, d'autres participants ont considéré que le fait de disposer de programmeurs canadiens de contenu profiterait à la promotion globale de la culture et de la créativité canadiennes.

*On a discuté de l'accès à Internet et des sources en ligne en tant que limites d'accès au contenu pour certains citoyens.*

- Nombre des approches actuelles en matière de contenu numérique présument d'un accès universel à Internet. Cependant, les habitants des zones rurales et les citoyens au revenu modeste peuvent avoir un accès limité.

## **Comment pouvons-nous relever le défi visant à promouvoir la créativité canadienne dans un monde numérique, et comment pouvons-nous utiliser le contenu canadien pour promouvoir une démocratie saine?**

*Le fait de bâtir une marque solide pour le contenu canadien au pays a été perçu comme une mesure clé de la promotion de la créativité du Canada à l'échelle internationale.*

- Pour certains participants, le contenu canadien désigne le contenu créé par des Canadiens; pour d'autres, le contenu doit exprimer une perspective canadienne.
- Certains participants considèrent que l'investissement dans des entreprises et des employeurs canadiens du secteur culturel importait plus que l'investissement dans le contenu typiquement canadien.
- Si certains participants ont plaidé en faveur de la conservation des règlements actuels sur le contenu canadien des médias, tels que la télévision et la radio, d'autres ont considéré que nous devrions éliminer les contraintes et ouvrir potentiellement la porte à des créations plus innovantes et collaboratives.
- Il faut s'intéresser au sentiment selon lequel les créateurs qui réussissent quittent ensuite le Canada, ou alors qu'ils doivent partir du pays pour réussir.

*La plus grande partie des participants s'accordait à dire que la pluralité des voix et de perspectives constituait la clé du renforcement de la qualité de l'information et de la promotion de la démocratie.*

- Une discussion générale portant sur le manque de ressources des médias pour couvrir le contenu canadien et local s'est tenue. Certains participants ont soutenu qu'il demeurerait important de partager les identités et l'information locales et régionales, suggérant la création possible d'un mécanisme de financement pour les médias les plus modestes.
- La baisse de la confiance du public envers les sources traditionnelles a également fait l'objet d'une discussion qui a mis l'accent sur le fait que le journalisme est devenu une source de revenus plutôt qu'un devoir public de donner le compte rendu de nouvelles factuelles. Ce changement doit être pris en compte.



## De quelle façon appuyons-nous les artistes, les créateurs de contenu et les entrepreneurs culturels du Canada afin d'une part de créer un écosystème culturel dans lequel ils s'épanouissent et qui favorise la croissance de notre classe moyenne au pays et d'autre part, de les aider à se démarquer au-delà de nos frontières?

La plupart des participants sont d'accord sur le fait qu'il est essentiel que le Canada se positionne comme un chef de file mondial du contenu culturel et numérique afin d'appuyer un écosystème culturel florissant au pays, capable de favoriser la croissance de la classe moyenne. La promotion de la culture canadienne à l'étranger nécessitera le renforcement de son image à l'échelle du pays et l'élaboration d'une stratégie claire d'exportation culturelle harmonisée avec les stratégies industrielles et d'innovation du Canada. Le Canada doit prendre part au dialogue mondial sur la culture.

### Créer un écosystème culturel florissant qui favorise la croissance de la classe moyenne

*La plupart des participants se sont accordés sur le fait qu'un écosystème culturel florissant qui favorise la croissance de la classe moyenne nécessitait que le Canada se place comme un chef de file mondial en matière de contenu culturel et numérique.*

- De nombreux participants envisageaient déjà le Canada comme un chef de file dans le domaine du contenu numérique et culturel, alors que d'autres considéraient un potentiel d'expansion du Canada dans ce domaine. Les participants ont cerné les avantages concurrentiels du Canada comme étant la pluralité de nos voix et notre capacité à nous adapter à des marchés à créneaux au sein de la communauté internationale.
- Un contenu de qualité importe pour attirer certains publics, mais le fait de prendre des risques en pariant sur des créateurs en perfectionnement disposant de moins de contenu extraordinaire est également important. Certains participants ont considéré qu'il était essentiel de promouvoir du contenu extraordinaire prouvant l'excellence du contenu canadien, plutôt que de promouvoir largement la créativité du Canada. Le Canada doit améliorer sa manière de célébrer ses meilleurs talents.
- Une collaboration entre les secteurs, les régions et les médias a été suggérée. Certains participants ont également suggéré de passer du numérique au théâtre ou de rassembler de nombreuses petites entités au bénéfice des créateurs et de bâtir des équipes favorisant l'innovation dans le but de faire du Canada un chef de file à l'échelle mondiale.
- Les institutions culturelles du Canada étaient vues comme un morceau d'un système global. Si de nombreux participants considéraient qu'il était important de renforcer ces institutions ou la réglementation concernant le contenu canadien, quelques-uns ont mis en doute la capacité des infrastructures existantes à aider les créateurs à rejoindre ces institutions. Pour beaucoup, la *Loi sur la radiodiffusion* devait être modifiée pour incorporer l'espace numérique. Certains participants étaient d'avis que rassembler l'ensemble des différentes institutions culturelles défragmenterait l'espace. D'autres plaidaient en faveur du maintien de la diversité des sources de financement et de soutien au sein de l'espace culturel.

### Rayonner par-delà nos frontières

- Bien que de nombreux participants soient d'accord avec l'idée de promouvoir le contenu, les valeurs et l'identité du Canada à l'échelle internationale, pour certains, le besoin de se concentrer sur le pays avant de s'occuper du public international est plus fort. Ils ont le sentiment que cette promotion internationale serait facilitée en attirant le public canadien avec un contenu de qualité et en suscitant de la fierté à l'égard du contenu canadien.
- Il est cependant important de rayonner par-delà nos frontières pour de nombreux participants; il s'agit de promouvoir les valeurs canadiennes dans le monde. Parmi les suggestions on retrouve :
  - Promouvoir le contenu canadien par l'intermédiaire des ambassades et des missions commerciales canadiennes afin de créer ou renouveler les routes commerciales pour les créateurs canadiens.
  - Présenter le contenu canadien à l'étranger au moyen de voyages et d'occasions à thème pour que les médias et intervenants internationaux visionnent du contenu canadien, de manière similaire à ce qui est fait pour d'autres secteurs tels que le tourisme.
  - Mettre l'accent sur le contenu canadien lorsque cela est possible, comme le fait Air Canada.

- De nombreux participants ont discuté de la façon dont des créateurs canadiens passaient inaperçus ici alors qu'ils étaient très reconnus à l'échelle internationale. Il faut en faire davantage à l'échelle nationale pour célébrer ceux qui réussissent sur la scène mondiale. Il est ressorti l'idée que ces créateurs recevaient souvent une reconnaissance au Canada une fois seulement qu'ils avaient été reconnus à l'étranger.
- De nombreux participants ont suggéré de placer le contenu canadien sous une marque unique à l'échelle internationale, alors que d'autres participants sont allés plus loin en encourageant la commercialisation du contenu canadien de manière groupée plutôt que circonscrite à des œuvres particulières.