



# Le contenu canadien dans un monde numérique

## Principaux constats

---

## Montréal

28 octobre 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 qui s'est tenue à Montréal, le 28 octobre 2016, à la Maison symphonique de la Place des Arts.

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 **61** 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

- 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.
- Il faut améliorer les modèles de financement public en les simplifiant pour faciliter l'accès à une communauté plus large de créateurs et à un ensemble d'œuvres plus diversifiées, tout en favorisant l'innovation.
- Il faut revoir les critères d'attribution du financement afin de trouver un meilleur équilibre entre la valeur culturelle et la rentabilité et d'encourager la collaboration entre les secteurs. Certains participants pensent que l'accent devrait être mis sur la rentabilité, tandis que d'autres pensent que la viabilité commerciale est trop mise en avant, ce qui laisse peu de place aux créations à vocation culturelle.
- Il faut sensibiliser et éduquer le public à propos de la valeur du secteur culturel canadien et de ses créateurs dans le but de susciter le respect et de favoriser le soutien en matière d'investissement. Cela comprend la valeur culturelle, les avantages économiques et le rôle que joue la culture pour encourager l'innovation dans les autres secteurs.
- Il faut investir dans le perfectionnement de nos créateurs en leur fournissant un accès aux outils et aux soutiens afin de leur permettre de bâtir des carrières et des entreprises durables qui contribuent à notre croissance économique. En particulier, ils doivent avoir accès aux données portant sur le public afin d'en apprendre davantage à propos de la demande des clients dans le but d'élaborer des projets créatifs plus réussis.

- Il faut élaborer une nouvelle approche pour la distribution qui tire parti des plateformes nouvelles ou existantes afin de mieux promouvoir le contenu canadien et trouver des moyens de garantir que les rendements financiers générés par celui-ci demeurent au Canada grâce à la possession de la propriété intellectuelle, à une législation modifiée du droit d'auteur et au réinvestissement du secteur privé en faveur des créateurs canadiens.
- Il faut garantir une pluralité de voix dans le secteur culturel canadien afin de renforcer la démocratie et les capacités locales de réalisation de reportages, en plus d'investir dans ces capacités.

## Discussion approfondie

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

En règle générale, les participants étaient d'accord que le respect des choix des citoyens posait moins de problèmes à l'ère du numérique. Cependant, la plupart des participants estiment que les créateurs doivent être soutenus afin de pouvoir élaborer un contenu culturel qui peut être concurrentiel au sein de ce nouvel espace compétitif et achalandé, et que le gouvernement a un rôle à jouer pour s'assurer que les Canadiens profitent de l'ensemble du contenu canadien produit.

#### Soutien des créateurs

*Le financement des créateurs par le secteur public était au centre des discussions.*

- Certains participants ne sont pas d'accord à propos de la qualification du secteur culturel comme un système. Bien qu'ils reconnaissent les avantages liés à cette approche, ils pensent que ce secteur devrait plutôt être qualifié d'industrie qui a besoin d'investissements pour créer des idées novatrices et aider les Canadiens qui travaillent dans des entreprises culturelles. Certains voient le contenu canadien comme un service rendu aux citoyens canadiens, particulièrement en ce qui concerne la diffusion de l'information.
- Bon nombre des participants ont discuté des défis posés par le lien étroit avec les États-Unis qui impose au Canada de protéger ses créateurs et le contenu qu'ils produisent. D'autres estimaient que la protection du contenu canadien était dirigée par la crainte, ce qui peut nuire à l'innovation.
- Toutefois, certains participants estiment que le soutien financier apporté à ces entreprises culturelles doit être prioritaire par rapport aux choix des citoyens, et ils avancent que les choix populaires ou viables sur le plan commercial ne reflètent pas nécessairement la diversité et l'égalité des points de vue et des opinions.
- Certains participants pensent qu'il faut prendre des risques afin de favoriser la créativité au sein du système culturel, ce qui pourrait ne pas entraîner une réussite financière immédiate, mais permettrait de soutenir la diversité en ce qui concerne les modes d'expression et les expériences culturelles. Les mesures utilisées pour évaluer les œuvres en ce qui concerne le soutien et le financement ne doivent pas uniquement s'appuyer sur les mérites financiers, mais aussi sur les mérites créatifs des projets.
  - Cela étant dit, d'autres participants estiment que les projets qui présentent un mérite financier devraient être considérés en priorité.
- D'autres participants pensent également qu'il faudrait fournir aux créateurs les données concernant l'accès des utilisateurs afin de leur procurer des perspectives sur les domaines de développement à privilégier.
- Plusieurs participants estiment également que le modèle actuel nuit au développement de franchises puisque la création doit être novatrice afin de pouvoir être financée. Ils pensent qu'à la suite d'un projet couronné de succès, il est impossible d'obtenir un financement pour poursuivre sur cette voie, ce qui empêche, par exemple, le développement d'une série de jeux vidéo.

*Les entreprises privées et les sources de financement autres que celles du gouvernement devraient être exploitées.*

- Les fournisseurs d'accès Internet et les distributeurs de contenu numérique (tels que Netflix) ont également été au cœur des discussions, puisque de nombreux participants ont indiqué qu'ils devraient être encouragés à investir dans le contenu canadien (par exemple par l'intermédiaire du Fonds des médias du Canada), à verser des impôts au Canada et à bénéficier de mesures les incitant à réinvestir une partie de leurs profits au Canada.

- De manière similaire, les ministères doivent collaborer de manière coordonnée en ce qui concerne l'innovation, l'industrie et la culture puisque l'industrie culturelle ne constitue pas une entité isolée. Le microcrédit pour les idées novatrices a également été suggéré comme un moyen d'investissement qui participerait à la création, comme c'est le cas pour les entreprises en démarrage et technologiques.
- Certains participants ont proposé d'augmenter les crédits d'impôt destinés aux créateurs, y compris en ce qui concerne les dépenses liées aux initiatives promotionnelles et de commercialisation.
- D'autres propositions comprennent un impôt pour le contenu non canadien diffusé au Canada, en utilisant une réglementation canadienne sur les quotas en ligne, de manière similaire à ce qui existe pour les médias traditionnels, ainsi que l'introduction d'un fonds créé à l'aide des revenus prélevés auprès de Netflix.
- Certains participants pensent qu'il faut revoir les mandats, les relations et la coordination entre les institutions nationales canadiennes. Ils suggèrent d'envisager un modèle qui permet une plus grande collaboration entre les institutions et avec les secteurs public et privé.

*En plus du financement du contenu créatif, les participants ont déterminé que d'autres types de soutien sont requis pour appuyer le secteur créatif au Canada.*

- L'importance d'investir dans les espaces créatifs et culturels dans le but de favoriser l'innovation dans d'autres secteurs a également été abordée. Les investissements dans les infrastructures destinées aux créateurs, y compris les lieux et espaces communs aux fins de production, ont aussi été discutés. Cela permettrait d'établir un mentorat entre les créateurs établis, émergents et nouveaux, et de favoriser l'interaction et le partage des idées.
- Les participants estiment que les créateurs francophones sont désavantagés dans le secteur culturel. Les jeunes francophones se dirigent vers le contenu en anglais. Le financement des créateurs et leur public sont beaucoup plus importants dans le Canada anglophone et sur les marchés anglophones internationaux. Les créateurs canadiens anglophones disposent d'un public national sur lequel ils peuvent s'appuyer, tandis que le marché francophone est beaucoup plus réduit.
- Bon nombre des participants ont également souligné la nécessité d'appuyer les créateurs en distribuant le contenu et en le commercialisant à l'échelle nationale et à l'étranger.
- Les participants ont également déterminé qu'une formation axée sur les affaires et l'entrepreneuriat de même qu'un soutien offert en matière de services et de conseils permettraient aux créateurs de mener des activités plus durables et plus efficaces qui s'appuient sur leur contenu. Il semble également prioritaire de s'intéresser à la jeunesse.

*Certains participants estiment qu'il est nécessaire de redéfinir ce que l'on entend par « créateur ».*

- Le soutien se concentre actuellement sur les producteurs, les plateformes, les diffuseurs et les autres acteurs se trouvant à l'extrémité de la chaîne de valeur, alors que la technologie a permis d'abolir le modèle traditionnel, ce qui permet à plus de créateurs d'être propriétaires des processus de production et de publication. Les modèles plus récents remettent également en question ce cadre de soutien, puisque les supports, tels que les jeux vidéo, font participer les producteurs et les diffuseurs à l'étape de création.

*La plupart des participants s'accordent également sur le fait que la création d'une culture qui valorise le contenu culturel canadien constitue un élément clé pour apporter un soutien aux créateurs.*

- De nombreux participants estiment que le public a besoin d'être sensibilisé à propos de la nécessité d'investir dans ce type de contenu, car la production et la diffusion de ce contenu ne sont pas gratuites.
- De nombreux participants pensent également que les jeunes sont déconnectés de la scène culturelle canadienne et québécoise parce qu'ils sont principalement exposés à la culture américaine.
- La culture numérique représente un autre aspect clé abordé lors de cette discussion. Tandis que certains participants reconnaissent que le système actuel a commencé à enseigner aux enfants les compétences dont ils auront besoin, des efforts doivent être déployés auprès des jeunes adultes et même des personnes qui ont déjà une carrière bien établie.

*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, qu'ils s'agissent de producteurs ou de distributeurs. Cela profite à la marque canadienne, mais l'inquiétude monte au sujet des recettes et des profits qui ne reviennent pas au Canada. Un participant a mis au défi les législateurs de créer la meilleure réglementation en matière de propriété intellectuelle au monde dans le but de mieux appuyer les créateurs canadiens. Les participants estiment que cela permettrait à la diffusion en continu de contenu numérique, une tendance croissante, de bénéficier financièrement et de manière directe aux créateurs.
- Certains sont d'avis que le contenu canadien produit avec un financement public doit être accessible à l'ensemble des Canadiens, en particulier le contenu archivé ou historique qui a eu une incidence sur la culture et l'identité canadiennes.

### Choix des citoyens

*Le potentiel de découverte, à savoir la capacité des citoyens à découvrir du nouveau contenu et de disposer de plateformes facilement accessibles pour accéder à ce contenu dans un monde numérique, a été déterminé comme un aspect important du respect des choix des citoyens.*

- L'espace de stockage numérique est illimité; par conséquent des mesures incitatives doivent encourager la production de contenu de qualité, puisque certains participants se sont demandé si nous avons atteint le sommet en matière de quantité de contenu disponible, étant donné qu'il y en a presque trop.
- De nombreux participants estiment qu'il y a trop de culture gratuite et que cela dévalorise le secteur culturel. Ces participants sont d'avis qu'il faut augmenter les coûts et sensibiliser le public afin d'expliquer la valeur de la culture pour justifier son coût. D'autres ont suggéré que l'on devrait envisager une mesure avantageuse sur le plan fiscal pour les consommateurs d'art.

*La diffusion du contenu représentait un point clé pour les participants.*

- Certains d'entre eux estimaient qu'en dépit du fait que le Canada peut compter sur des créateurs très talentueux, la diffusion doit également demeurer une responsabilité canadienne afin de veiller à ce que les revenus soient réinvestis dans la création de nouveau contenu canadien. Bon nombre de participants pensent qu'il faut appuyer les plateformes novatrices et les entreprises d'infrastructure numérique canadiennes afin de promouvoir le contenu canadien. Les enjeux liés aux algorithmes et aux métadonnées en ligne, notamment en ce qui a trait au potentiel de découverte du contenu et aux répercussions liées à la neutralité du Net, ont été abordés.
- Certains participants avancent qu'il est nécessaire d'offrir des mesures de soutien supplémentaires pour améliorer l'accès à Internet au sein des populations les moins connectées (habitants des régions rurales et personnes à faible revenu).
- Un point de vue unique a été avancé à Montréal, à savoir de faciliter l'accès du public au contenu canadien archivé qui a été obtenu grâce à des subventions ou à un financement dans le cadre d'initiatives gouvernementales antérieures, y compris les archives de la SRC. Certains estiment que ce contenu devrait être accessible au public, du moins les étudiants et les jeunes, dans un format bon marché.

### 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?

*La question de répondre au défi posé par la promotion de la créativité canadienne dans le monde numérique a été longuement abordée lors de la discussion précédente. Par conséquent, les participants se sont concentrés par la suite sur la question de savoir ce qui constitue un contenu canadien et qui est considéré comme un créateur canadien.*

- Les définitions actuelles du contenu semblent défavoriser le contenu canadien en imposant des contraintes réglementaires supplémentaires au contenu créé au Canada. Certains participants pensent que cela dévalorise le contenu canadien et rend plus avantageux le fait de produire du contenu à l'étranger.

- Les participants ont repéré deux formats de contenu numérique : le contenu créé avec le numérique en tête, et le contenu créé hors ligne avant d'être diffusé en ligne. Chacun de ces types présente différents défis en matière de diffusion, de promotion et d'innovation.
- 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. Ces participants sont d'avis que la culture canadienne et une perspective canadienne devraient être incluses au sein de tout contenu élaboré par ces organisations créatrices.
- Le fait de bâtir une marque forte 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. Les conversations se sont moins intéressées à la narration et plus à l'infrastructure et à l'innovation dans le secteur culturel.
- Le rôle des investisseurs étrangers dans l'espace culturel a également été envisagé dans le cadre de la définition du contenu canadien dans le Canada contemporain. L'industrie des jeux vidéo a été souvent citée par les participants comme un exemple de succès.

*L'incidence du secteur culturel sur la démocratie a fait l'objet d'une discussion dans le contexte de la représentation, de la diversité, de l'accès à l'information et de la participation.*

- Certains participants étaient préoccupés par le fait qu'une pression croissante pour répondre à la demande des citoyens entraînerait une moins grande diversité des voix. Le contenu sera adapté pour le plus grand nombre, et certaines idées critiques pourraient être perdues, ce qui aura une incidence sur la démocratie canadienne. Le choix des citoyens doit être respecté, mais il ne doit pas dicter la création du contenu. Il existe un besoin, particulièrement en ce qui concerne les nouvelles, de signaler les questions et les enjeux qui posent un défi aux citoyens.
- Bon nombre des participants ont suggéré que le rôle du public dans le cadre du partage de l'information hyperlocalisée a pris de l'ampleur au cours de la dernière décennie et constitue de plus en plus une part de la couverture journalistique, ainsi qu'une source d'information pour les autres membres du public.
- Bien que certains participants soient favorables à cette tendance et estiment que la production de contenu local par des créateurs individuels doit être encouragée et éventuellement favorisée grâce à la création de réseaux publics locaux, d'autres précisent que l'expertise et l'examen minutieux des journalistes sont requis pour diffuser de manière factuelle les nouvelles, et qu'ils devraient bénéficier d'un soutien au niveau local, ainsi qu'au niveau régional et national.
- La majorité des participants s'accordent également sur le fait que la diversité et l'inclusion en matière de région, sexe, couleur, intégration de la communauté LGBTA (lesbienne, gaie, bisexuelle, trans et allosexuelle), des communautés autochtones et des communautés immigrantes et la diversité de l'opinion importent toutes pour éclairer les Canadiens les uns sur les autres et sur des aspects différents des événements locaux, régionaux, nationaux et internationaux.
  - Certains participants estiment que cela peut être obtenu par l'intermédiaire d'institutions nationales fortes, tandis que d'autres pensent qu'il est important d'investir dans des canaux précis ou propres à un certain public, comme les journaux autochtones et les magazines ethniques.

**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?**

*Le contenu canadien doit être mis en évidence et on doit lui permettre de prendre sa place avant d'encourager la concurrence étrangère. Le maintien du contrôle des plateformes de diffusion au Canada était l'un des sujets clés ayant fait l'objet de la discussion.*

- Bon nombre de participants ont suggéré la nécessité de disposer d'une marque canadienne forte et ont ajouté que le récent changement de gouvernement, combiné à plusieurs autres événements au sein de la culture canadienne, représente à l'heure actuelle une occasion pour investir dans ce domaine.



- Le Canada devrait tirer parti de cette occasion pour créer une forte sensibilisation et une connexion à l'identité canadienne au pays avant de chercher des moyens d'atteindre le marché mondial.
  - Ils estimaient que les chances de réussite étaient plus faibles à l'étranger, et qu'en l'absence en premier lieu d'une industrie solide au pays, le fait de mettre fortement l'accent sur les exportations entraînerait un démantèlement plus important et favoriserait l'échec.
- Pour de nombreux participants, il est nécessaire de disposer d'un plan en place pour favoriser les partenariats et mobiliser des créateurs au sein de la communauté mondiale grâce au soutien apporté à la coproduction.
- Bien que certains participants se soient montrés opposés au modèle de diffusion du contenu par contournement (p. ex., Netflix, Spotify), d'autres estimaient que les Canadiens devaient l'exploiter.
- Les participants se sont mis d'accord sur le fait que le CRTC devait être repensé ou supprimé dans le but de répondre aux défis permanents du marché numérique. Ils ont précisé que le CRTC avait été créé pour le secteur médiatique et culturel au cours des années 1980, mais qu'il n'avait pas suivi l'évolution du secteur au même rythme.
- Des désaccords se sont produits en ce qui concerne l'importance de la promotion des exportations. Certains participants pensent qu'il est plus important de s'efforcer de réussir en premier lieu au Canada avant de se tourner vers l'étranger.
  - En ce qui concerne les participants de Montréal, le besoin d'un soutien provincial ainsi que d'un soutien national a été jugé comme essentiel pour préparer la promotion à l'international. Bon nombre des participants estiment que les créateurs québécois sont mis à l'écart des créateurs du reste du pays en raison de la séparation des marchés en fonction de la langue.