



Le contenu canadien dans un monde numérique

Principaux constats

Toronto

12 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 Toronto le 12 octobre 2016 au Musée des beaux-arts de l'Ontario.

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 **52** participants au total. Tous les participants ont été invités par Patrimoine canadien, en collaboration avec Ipsos.
 - La liste des participants à l'événement est disponible à l'adresse www.consultationscontenucanadien.ca
 - 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 de travaux plus divers, 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. Il faut offrir des modalités de financement qui permettent un financement et des prêts à plus long terme, ainsi qu'un financement à différents moments du processus de perfectionnement.
- 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.

- De nombreux participants ont envisagé un centre numérique comme un outil favorisant la création d'une communauté de créateurs et de citoyens partageant un contenu; l'espace de stockage numérique est illimité, par conséquent des mesures incitatives doivent encourager le fait de produire du contenu de qualité. Des participants ont également suggéré que le Fonds des médias du Canada devait être élargi pour inclure les plateformes numériques, ou qu'une taxe soit prélevée sur l'accès à Internet.
- 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, et il faut 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?

La discussion à Toronto a porté sur l'importance générale en matière d'innovation et de créativité. Les participants à Toronto ont reconnu que les besoins des créateurs et ceux des citoyens étaient différents, et qu'ils nécessitaient par conséquent différents types de soutien. Il a été avancé qu'un système culturel qui appuie les créateurs leur permet de se développer grâce à des mesures de financement et d'éducation, mais également grâce à d'autres types de soutien par le biais de l'infrastructure et de l'écosystème plus large. Ce système promeut une fierté culturelle nationale envers nos créateurs.

Bon nombre des participants ont discuté des défis posés par le lien étroit avec les États-Unis qui fait en sorte que le Canada doit protéger ses créateurs et le contenu qu'ils produisent. D'autres participants ont estimé que la protection du contenu canadien était dirigée par la crainte, ce qui peut nuire à l'innovation, et qu'il faut tenir compte du fait que de nombreux citoyens seront attirés par le contenu américain. Pour cela, les citoyens doivent avoir accès à un contenu diversifié ainsi qu'à des histoires intéressantes. Le principal défi consiste à créer une demande des produits canadiens au pays ainsi qu'à l'étranger, et à reconnaître que la culture et les affaires ne s'excluent pas mutuellement.

Soutien des créateurs

En règle générale, les participants de Toronto ont estimé qu'il était important d'investir dans un contenu de qualité et compétitif sur le plan international.

- Une discussion importante a eu lieu sur l'investissement public, notamment la manière selon laquelle les organismes décident des projets à financer et la manière selon laquelle le financement devrait être distribué.
 - De nombreux participants s'accordent à dire que les créateurs ont besoin de pouvoir compter sur du financement pour la durée de leur projet afin d'engager les ressources nécessaires dans certains cas. La sécurité à long terme permet de prendre plus de risque qu'une entente ponctuelle, et cela aide à apporter de la stabilité en matière d'emploi dans le secteur.
 - Les critères liés aux décisions de financement doivent être plus souples; de nombreux participants ont estimé que la nature prescriptive des critères limitait la créativité et l'innovation et n'offrait pas de possibilités pour les nouveaux médias et la collaboration intersectorielle.
 - Plusieurs participants ont également mis en garde à propos du fait que l'investissement est souvent trop centré sur la rentabilité plutôt que sur la valeur culturelle. L'évaluation des propositions doit tenir compte à la fois du mérite culturel et de la valeur commerciale dans le but d'encourager la diversité des opinions.
 - Il a également été suggéré que les règles portant sur la manière selon laquelle les fonds sont dépensés doivent être élargies de façon à permettre des investissements allant au-delà des moyens traditionnels en ce qui a trait à la promotion, à l'équipement, aux outils et aux autres éléments importants d'une entreprise créative couronnée de succès.

- Les mécanismes de financement et le processus de demande doivent être simplifiés; de nombreux participants les ont, en effet, décrits comme trop exigeants et difficiles à suivre. Plusieurs participants ont également suggéré que les possibilités de financement devaient être mieux communiquées, en particulier aux jeunes créateurs.
- En plus des discussions portant sur l'investissement par le biais du financement public, la plupart des participants sont également d'avis que l'investissement du secteur privé et les sources de financement non gouvernementales doivent être encouragés.
 - On a suggéré de proposer des mesures incitatives pour l'investissement du secteur privé dans la diversité des contenus, ainsi que pour la collaboration et la coopération intersectorielles avec des producteurs internationaux sous forme de taxes ou de subventions.
 - Il faudrait également réfléchir à des moyens d'encourager l'investissement des entreprises multinationales (p. ex., Netflix) dans du contenu canadien et leur demander de verser des taxes pour accéder au marché canadien.
- Tandis que l'investissement direct dans la création de contenu constituait un thème clé, les participants ont également discuté de l'investissement qui peut servir à stimuler la durabilité financière du secteur, permettant à l'écosystème de s'épanouir et de croître à long terme.
 - Une formation axée sur les activités et l'entrepreneuriat de même qu'un soutien offert par le biais de services et de conseils permettraient aux créateurs de concevoir des activités plus durables et plus efficaces qui s'appuient sur leur contenu. Ces services pourraient relever davantage du contrôle du créateur.
- Beaucoup de participants ont souligné l'importance du développement de créateurs canadiens; le Canada doit investir pour développer les talents et la main-d'œuvre requis pour offrir un contenu compétitif de grande qualité.
 - Le développement d'artistes et de créateurs qui pourront avoir un cheminement de carrière durable doit commencer par le développement des jeunes artistes.
 - Bon nombre de participants ont également souligné le besoin d'éduquer les créateurs et de les aider à rester au fait des derniers outils en matière de narration en les formant à l'utilisation de ces outils. La formation dans le secteur doit également comprendre les compétences en affaires qui permettront aux diplômés de transformer leur créativité en une carrière durable.
 - 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.

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 pas au Canada.
 - Certains participants se sont dits frustrés par le fait qu'au Canada, la propriété intellectuelle a besoin d'une infrastructure, ce qui sous-entend qu'une infrastructure n'est pas requise dans les autres pays.

Les participants ont également déterminé que la notion de promouvoir la culture auprès des Canadiens jouait un rôle clé pour appuyer les créateurs.

- Les participants ont suggéré qu'il fallait encourager les citoyens à rechercher des histoires et du contenu canadiens. Certains participants ont proposé de sensibiliser le public à propos de ce qui contribue au processus créatif; ils ont souligné également que les répercussions sociales et économiques du contenu culturel pourraient contribuer à établir le respect et créer un soutien pour l'investissement dans le secteur; d'autres participants estiment pour leur part qu'il faut déployer des efforts ciblés pour communiquer les avantages que procure une collaboration multidisciplinaire pour l'innovation.
- Certains auteurs ont avancé que le fait de revoir la *Loi sur le droit d'auteur* permettrait au grand public de comprendre l'importance de la propriété intellectuelle et de justifier le fait de payer pour obtenir du contenu.
- D'autres ont exprimé le besoin de compter sur des créateurs autochtones. Il est nécessaire de placer les créateurs sur un pied d'égalité relativement au sexe, au contexte culturel et aux points de vue.

Choix des citoyens

Bon nombre de participants estiment qu'Internet offre une large gamme de choix, et que cela ne doit pas changer. Cependant, d'autres participants pensent que le choix et l'accès au contenu relèvent de la capacité des citoyens à découvrir du nouveau contenu, ainsi que du fait de disposer de plateformes facilement accessibles permettant d'atteindre ce contenu dans un monde numérique. L'espace de stockage numérique est illimité; par conséquent, des mesures incitatives doivent être en place pour encourager la production de contenu de qualité.

Tandis que certains participants sont satisfaits de la réglementation actuelle en matière de contenu canadien et estiment qu'elle devrait demeurer identique, d'autres sont d'avis qu'elle devrait être révisée en ce qui a trait au contenu numérique pour permettre une collaboration et une innovation plus importantes.

Les participants se sont accordés à dire que la diffusion devait faire l'objet d'une attention particulière.

- 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. D'autres participants sont d'avis que des plateformes peuvent être élaborées pour simplifier le système de manière à ce que les créateurs n'aient pas besoin d'un diffuseur dans le sens traditionnel du terme.
- Cela a conduit à une discussion sur les implications des plateformes et des diffuseurs, ainsi que sur le fait de savoir si ces innovateurs technologiques pouvaient être considérés comme des créateurs, même s'ils ne créent pas directement de contenu numérique.
- 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 participants ont suggéré de s'intéresser au système danois One Vision, un système passif qui s'appuie sur les auteurs-producteurs et qui encourage une période d'incubation et de gestation plus longue; ce système connaît du succès à la fois à l'intérieur du pays et avec les exportations.
- Bon nombre de participants ont également indiqué que les créateurs devaient être plus sceptiques vis-à-vis des plateformes et se voir offrir les outils leur permettant de se promouvoir auprès d'un vaste public, ce qui offrirait un plus grand choix aux citoyens.
- Peu importe le modèle de distribution, bon nombre de participants ont demandé d'offrir aux créateurs un soutien en matière de commercialisation. Cela comprend un soutien en ce qui a trait aux aspects commerciaux permettant d'entrer en communication avec le public.
 - Le modèle actuel est considéré comme limitant le contrôle et l'accès du public à un nombre réduit de gardiens qui définissent sans le vouloir la culture à travers leur propre filtre. Un terrain de jeu plus vaste pour les créateurs permettrait d'accroître et de favoriser la reconnaissance des moyens différents des modèles traditionnels.
- Certains participants ont reconnu le rôle des institutions nationales canadiennes en ce qui concerne la promotion du contenu canadien et l'accès à ce contenu.

- L'ONF et la SRC ont été félicités pour le travail accompli dans ce domaine; cependant, certains participants pensent qu'une structure plus cohérente est requise pour appuyer l'accès au contenu canadien à la fois au Canada et dans le monde.

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. Les conversations se sont moins intéressées à la narration et plus à l'infrastructure et à l'innovation dans le secteur culturel.

- Pour certains, 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.

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.

- La diversité et l'inclusion en matière de région, sexe, couleur, intégration de la communauté LGBTQA (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.
- Certains participants ont suggéré que le Canada devait élaborer, créer, diffuser et consommer son propre contenu afin de pouvoir conserver sa vision du monde unique, non seulement au niveau national, mais également au niveau individuel, en tant que citoyen.
- 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 qu'il est essentiel d'augmenter le soutien apporté à la SRC.
- Les participants ont également souligné le besoin d'améliorer les capacités locales en matière de réalisation de reportages. Certains participants ont admis que les rédacteurs de nouvelles devaient être reconnus comme des talents créatifs culturels.
 - D'autres estiment que les nouvelles et informations locales constituent un problème de demande, que les citoyens ne recherchent pas ce contenu et que nous devrions plutôt nous efforcer de les sensibiliser aux environnements locaux avant de tenter de les intéresser de nouveau au contenu local.

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?

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. Bon nombre de participants estiment que les avantages concurrentiels du Canada doivent être déterminés afin de bâtir des réseaux et des relations permettant de faciliter le partage du contenu au sein de la communauté internationale.

- Le Canada doit investir dans un plus grand nombre de projets, à la fois de petite et de grande taille, en sachant que certains d'entre eux seront des échecs du point de vue économique.

- Le Canada doit être proactif dans la promotion du contenu canadien à l'échelle mondiale et doit être fier des Canadiens éminents qui font entendre la voix du Canada.
- Le système actuel n'encourage pas les diffuseurs canadiens à investir dans la promotion et l'exportation de contenu canadien en raison des exigences en matière de dépenses qui au mieux permettent d'arriver à une situation d'équilibre plutôt qu'à la génération d'un retour sur investissement supplémentaire. Certains participants ont suggéré que l'élaboration d'un plan durable visant à encourager les partenariats permettrait de s'assurer que les diffuseurs favorisent le contenu canadien plutôt que le respect de la réglementation en matière de contenu canadien pour atteindre les objectifs de marché.

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 leurs règlements concernant le contenu canadien, certains participants ont mis en doute la capacité des infrastructures existantes à aider les créateurs à atteindre ces institutions.

- Certains participants ont considéré que le mandat de la SRC- devait être poursuivi et faire l'objet d'une plus grande publicité auprès des Canadiens, compte tenu du fait que l'empreinte numérique actuelle de la SRC est considérée comme maladroite. D'autres participants ont suggéré de supprimer les pressions en matière de revenus imposées à la SRC afin qu'il soit possible de combler les lacunes en matière d'information et de favoriser le contenu canadien.
- Certains participants ont considéré que la structure et l'interaction entre les institutions nationales du Canada devaient être revues. Ils suggèrent d'envisager un modèle qui permet une plus grande collaboration entre les institutions et avec les secteurs public et privé.
- Une autre suggestion consistait à incorporer les films canadiens au Conseil des arts du Canada puisque certains participants estiment que les films représentent plus une expression artistique qu'une production commerciale. Les films canadiens peuvent également être promus en étant régulièrement diffusés sur la SRC.
 - D'autres participants se sont accordés sur le fait que le CRTC devait être repensé ou supprimé dans le but de répondre aux défis permanents du marché numérique.

Promouvoir le contenu canadien à l'échelle internationale

- Plusieurs participants estiment que le Canada réalise déjà des prouesses en ce qui concerne l'exportation au sein du secteur culturel. Bon nombre d'entre eux ont indiqué que le Canada devait mieux promouvoir les valeurs, l'identité et le contenu canadiens à la fois au sein du pays et dans le monde.
- De nombreux participants ont souligné qu'il était nécessaire d'élaborer un plan durable visant à encourager les partenariats et de s'assurer que les diffuseurs favorisent le contenu canadien plutôt que le respect de la réglementation en matière de contenu canadien pour atteindre les objectifs de marché. Il a aussi été suggéré de participer à une communauté internationale de créateurs par l'intermédiaire du soutien à la coproduction.