



Le contenu canadien dans un monde numérique

Principaux constats

Vancouver

26 septembre 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 Vancouver le 26 septembre 2016 au Roundhouse Arts and Community Centre.

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 Phillipe-Antoine Lupien. Un animateur d'Ipsos était chargé de chaque discussion à la table.
 - La discussion a rassemblé **39** 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

- À l'ère du numérique, le choix des citoyens est inhérent et l'accent doit être mis sur l'investissement pour la création d'un contenu culturel innovant et compétitif.
- Il faut procéder à des changements drastiques de la manière selon laquelle nous encourageons l'innovation, en faisant la promotion de l'équité entre les régions et les secteurs et en élargissant l'accès à un plus grand nombre de créateurs et à des créateurs de types plus diversifiés.
- Il faut investir dans le développement des créateurs à l'aide de la formation et de l'éducation, et par l'encouragement d'une culture d'entrepreneuriat dans le secteur.
- 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.
- Il faut éduquer et sensibiliser les Canadiens à la richesse, à la diversité et aux avantages économiques du secteur culturel canadien afin de favoriser le soutien de l'investissement dans ce secteur et de générer une demande locale pour le contenu canadien.
- 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.
- La culture canadienne est importante pour assurer une démocratie saine. Il faut réfléchir aux histoires canadiennes et à notre identité nationale au sein de notre contenu culturel.

Sommaire des thèmes clés

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

Les participants s'entendaient généralement pour dire qu'il faut trouver un juste équilibre entre le soutien des créateurs et l'offre d'un choix aux Canadiens. Pour appuyer nos créateurs, le gouvernement doit jouer un rôle en s'assurant que les créateurs reçoivent le soutien dont ils ont besoin pour créer le contenu, et il devrait jouer un rôle pour veiller à ce que tous les Canadiens aient accès à ce contenu. Cependant, il a été reconnu que l'ère numérique implique que les citoyens ont accès à des choix illimités par le biais de plateformes numériques mondiales et que, par conséquent, peu de mesures sont en place pour contrôler la quantité de contenu canadien présenté aux Canadiens.

Dans ce contexte numérique, dans le cadre duquel les Canadiens font face à un choix illimité dès qu'ils possèdent un accès à Internet, la plupart des participants s'accordent à dire qu'il faut en priorité appuyer les créateurs canadiens pour qu'ils développent un contenu qui peut être compétitif au sein de l'espace numérique de plus en plus divers et concurrentiel. Cependant, bon nombre de participants ont fait une mise en garde en précisant que le fait de trop mettre l'accent sur le contenu numérique pouvait laisser de côté le contenu hors ligne, et qu'il fallait porter une attention spéciale pour appuyer ces créateurs dans leurs secteurs au moyen de mesures de soutien personnalisées ou en les aidant dans la transition vers le numérique.

Soutien des créateurs

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

- Une discussion importante a eu lieu 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 :
 - Simplifier le processus pour permettre aux créateurs de le suivre plus facilement.
 - 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.
 - 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.
 - D'autres participants ont souligné l'importance des possibilités en milieu de carrière, en décrivant la manière selon laquelle de nombreux artistes émergents reçoivent un financement pour les aider à démarrer, mais qu'ils perdent ensuite leur élan. Un financement augmentant durant leur carrière devrait aider ces créateurs à accéder à un marché durable.
- 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 et l'expérience des créateurs canadiens, à recueillir une plus grande diversité de voix et à offrir plus de liberté dans l'expression créative, au-delà des productions commerciales à succès.

En plus du financement, une discussion importante a eu lieu 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 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.
- Offrir aux créateurs des formations en affaires et entrepreneuriat de sorte qu'ils puissent devenir indépendants financièrement et perdurer.

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 Canadiens qui les créent. Il faut encourager les citoyens à rechercher des histoires et du contenu canadiens.
- Des discussions ont porté sur l'amélioration de la compréhension des citoyens à propos de ce qu'implique le processus de création, ainsi que du temps et de l'investissement requis. Les récits et les idées ont besoin de financement, d'un travail acharné et de soutien afin de prendre forme, ce qui est souvent oublié dans le modèle numérique actuel où certains présument que l'accès au contenu est gratuit.
- 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 caractéristique propre est menacée, et que l'influence culturelle des États-Unis, notre plus proche voisin, et le vaste éventail de sources médiatiques mettent en danger l'identité culturelle du Canada.

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 personnes 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.
- Le potentiel de découverte constituait l'un des sujets clés de cette discussion. 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 de contenus culturels. 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 surprendre les spectateurs et citoyens.

Tandis que certains participants estiment que toute la création doit suivre d'abord une approche numérique, bon nombre d'entre eux reconnaissent que les autres secteurs demeurent importants, comme le théâtre, la photographie et les autres secteurs plus traditionnels qui ne peuvent pas être facilement partagés dans l'espace numérique.

- Certains participants ont souligné que l'investissement dans le contenu numérique allait de pair avec l'investissement dans les secteurs traditionnels, et qu'il fallait encourager l'exploration culturelle globale afin de promouvoir une culture de consommateurs culturels. Toutes les formes d'art ne peuvent pas nécessairement suivre une approche numérique en premier lieu, et les secteurs traditionnels comme la danse, le théâtre et les autres arts du spectacle nécessitent d'autres formes de soutien que les médias qui sont de nature intrinsèquement plus numérique.

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 promotion de la créativité canadienne a été abordée au cours de la discussion précédente. Par conséquent, la plupart des participants se sont concentrés par la suite sur la nécessité de définir ce qui constitue un contenu canadien et qui est considéré comme un créateur canadien. Le fait de bien comprendre ces deux concepts a été envisagé comme une première étape essentielle pour définir une stratégie visant à les promouvoir. En ce qui concerne la promotion de la démocratie, les participants ont vu le rôle important que pouvait jouer le contenu culturel pour définir notre identité nationale.

Promouvoir la créativité du Canada dans un monde numérique

Les participants se sont accordés sur le fait qu'avant de discuter de la manière selon laquelle le contenu canadien devait être promu, il était indispensable de définir ce qui constitue ou non un contenu canadien.

Aucun consensus n'a été obtenu pour définir le contenu canadien et un créateur canadien.

- Pour certains, le contenu est canadien s'il est créé, du moins en partie, par des créateurs canadiens, peu importe si le contenu en tant que tel relate une histoire canadienne. Pour d'autres, un contenu est réellement canadien s'il exprime un point de vue uniquement canadien.
- La pluralité et l'égalité des voix représentaient un autre élément clé pour le contenu canadien. Certains participants ont indiqué que si par le passé les lois et règlements ainsi que l'attitude portant sur le contenu canadien constituaient une mesure de protection par rapport aux États-Unis, le contenu canadien devrait plutôt constituer une source de fierté.

Utiliser le contenu canadien pour promouvoir une démocratie solide

La majorité des participants ont désigné la pluralité des voix comme étant indispensable à la promotion de la démocratie.

- La diversité et l'inclusion en matière de région, sexe, couleur, intégration de la communauté LGBTQIA (lesbienne, gaie, bisexuelle, trans et allosexuelle), 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 pensent que cela pourrait être obtenu par l'intermédiaire d'institutions nationales plus solides. Il est important de souligner que la diversité doit être vue comme organique et authentique, qu'elle doit provenir de ces communautés et qu'elle ne doit pas être imposée pour des raisons artificielles.
- De nombreux participants ont accordé de l'importance à la responsabilité sociale au Canada, au fait de posséder une voix en tant que pays et de placer de l'importance non seulement sur la culture de la nouveauté, mais aussi sur l'industrie culturelle au complet en promouvant cette voix. Certains participants estiment que cela permettra d'aider à l'élaboration d'une identité canadienne cohérente qui réunit les Canadiens et les invite tous à s'intéresser au Canada en tant que pays.
- Afin de pouvoir partager l'information portant sur la démocratie et la politique publique, tous les Canadiens doivent avoir accès à Internet et aux autres outils.
- Le financement des médias de nouvelles et des flux d'information constituait une préoccupation majeure. Il y a eu une discussion générale concernant le manque de ressources des médias pour couvrir le contenu canadien et localisé, mais il demeure important de partager les identités et renseignements locaux et régionaux. Bien qu'elles soient comparables à d'autres industries culturelles, certains participants estiment que les agences de presse ne peuvent plus s'appuyer sur le marché pour leur financement.

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.
- Certains participants ont indiqué que la culture et l'innovation canadiennes constituaient un exemple déjà utilisé de par le monde, tandis que d'autres estiment que nous devons continuer d'apprendre des autres modèles d'investissement afin d'améliorer notre position en tant que chef de file dans ce domaine. Un participant a indiqué que le positionnement du Canada en tant que chef de file sur le plan culturel avait deux objectifs, un objectif économique tangible et un objectif intangible de divertissement et d'expression.
- 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 capter l'attention de ces institutions. Certains participants ont considéré que la structure et l'interaction entre les institutions nationales du Canada devaient être revues, comme les commissions royales au milieu du XX^e siècle.

Rayonner au-delà de 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. 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.
- D'autres participants estimaient qu'un nouveau carnet de route pour faciliter l'exportation était nécessaire afin de reconnaître la promotion du contenu, à la fois physiquement et virtuellement, sur les autres marchés. Certains participants ont suggéré de solliciter l'innovation et la participation des communautés d'experts internationaux à la discussion canadienne dans le but d'augmenter l'influence et de participer à une conversation mondiale. Une autre source a mentionné que l'accès au marché et aux statistiques portant sur le trafic en ligne aiderait la promotion à l'échelle internationale en permettant aux créateurs de cibler une niche commerciale intéressée par leur création, et en facilitant l'accès ultérieur de ce contenu pour ce même public.