



# Le contenu canadien dans un monde numérique

Mémoire rédigé pour  
le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches  
par Mériol Lehmann, consultant — art/culture numérique

Novembre 2016

À propos du Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches	3
Préambule et mise en contexte	3
Le contenu canadien dans un monde numérique : recommandations	4
Maintenir et bonifier notre système de financement public dans le soutien à la création canadienne	6
Permettre aux organisations et aux artistes canadiens d’être présents de façon soutenue sur les différents réseaux et plateformes numériques.	7
Accompagner les médias canadiens dans leur transition vers le numérique	8
Poursuivre des discussions constructives avec les différentes plateformes numériques pour bonifier la présence de contenu canadien	9
Conclusion	10

## À propos du Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches

Le Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches a pour mission de favoriser le développement des arts et de la culture sur son territoire. Il regroupe 170 organismes culturels et représente quelque 3000 artistes et travailleurs culturels professionnels dans l'ensemble des domaines artistiques et culturels. La concertation menée par le Conseil de la culture conduit à des actions de représentation, de sensibilisation, de promotion et de développement et lui permet de jouer un rôle-conseil de premier plan en arts et en culture auprès de différents partenaires. Le Conseil agit comme porte-parole du milieu culturel auprès des différentes instances en faisant valoir les intérêts des milieux artistiques et culturels des régions de la Capitale-Nationale et de la Chaudière-Appalaches. Dix tables disciplinaires de concertation formées de praticiens professionnels sont actives au Conseil de la culture, dans un ensemble de disciplines : arts médiatiques, arts multidisciplinaires, arts visuels, danse, diffusion des arts de la scène, lettres, métiers d'art, musique, patrimoine-histoire et théâtre.

### Préambule et mise en contexte

Le Conseil de la culture accueille très favorablement les « Consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique », mises en place par la ministre du Patrimoine canadien, Madame Mélanie Joly. À cette ère de changements significatifs dans nos façons de créer et de consommer la culture, il nous apparaît impératif de prendre du temps pour mieux comprendre ces changements, et adapter nos actions afin de continuer de soutenir le développement et la diffusion de la culture canadienne. Le Conseil de la culture est heureux de voir que la ministre a conscience de l'importance de la culture, non seulement comme facteur d'innovation et de croissance économique, mais aussi comme un élément essentiel dans la vie quotidienne des Canadiens et dans le développement de notre identité.

Il va de soi que le numérique a occasionné, occasionne, et occasionnera encore des changements profonds dans nos manières de créer et de consommer la culture canadienne. Une des particularités du numérique est justement son évolution continue. Les façons de faire changent rapidement et nécessitent une importante et constante capacité d'adaptation des acteurs du milieu culturel. Les bouleversements qu'a connus et que connaît toujours l'industrie musicale en sont un bon exemple. Ces changements permanents peuvent sembler plus faciles à gérer pour les organisations membres du Conseil de la culture en raison de leur petite taille et de leur rapidité à s'adapter, mais ils exercent une très grande pression sur ces organismes déjà

surchargés. Le sous-financement chronique des dernières décennies ayant en effet eu un impact significatif sur leurs ressources et leur capacité à remplir adéquatement leurs mandats.

Lors de la consultation que nous avons menée auprès de nos membres, plusieurs défis amenés par le numérique ont été soulevés. Ainsi, la gestion du droit d'auteur à l'ère numérique inquiète bien évidemment les créateurs. La question des métadonnées, afin d'aider à identifier le contenu canadien sur les plateformes numériques, a aussi fait surface. Et bien entendu, nos membres sont très sensibles à l'idée que les fournisseurs d'accès internet et les plateformes de diffusion comme Netflix soutiennent financièrement la création de nouveau contenu canadien. Toutefois, ces questions, bien qu'importantes et ayant certainement beaucoup de résonance dans certains milieux, ne semblaient pas aussi significatives pour l'ensemble de nos membres.

Comme mentionné plus haut, le Conseil de la culture, par son mandat, représente une très grande diversité de membres des secteurs culturels et artistiques de Québec et de Chaudière-Appalaches. L'ensemble des disciplines y sont présentes, du cinéma à la littérature, et leurs notoriétés et champs d'action vont depuis un rayonnement plus régional jusqu'à la plus grande réputation internationale. Ce large spectre pourrait sembler un défi considérable dans la sélection de recommandations sur la culture numérique. Au contraire, il nous est plutôt apparu éloquent à quel point ces recommandations ont fait l'unanimité, témoignant ainsi de l'importance de ces questions sur l'ensemble des secteurs culturels.

## Le contenu canadien dans un monde numérique : recommandations

Quatre recommandations font l'objet du présent mémoire. Ces recommandations ont été établies par le Conseil de la culture, validées par son Conseil d'administration — représentant les dix tables disciplinaires —, et soumises pour discussion et approbation à nos membres lors d'une rencontre tenue le 3 novembre 2016. Elles constituent selon nous des éléments inévitables devant faire partie de la réflexion sur le contenu canadien dans un monde numérique, et en raison de la diversité de nos membres, nous pensons qu'elles sont un exemple représentatif des préoccupations des différents secteurs culturels canadiens.

Ainsi, le Conseil de la culture des régions de Québec et Chaudière-Appalaches recommande de :

- Maintenir et bonifier notre système de financement public dans le soutien à la création canadienne afin qu'elle conserve les plus hauts niveaux de qualité.

- Mettre en place de nouvelles stratégies pour permettre aux organisations et aux artistes canadiens d’être présents de façon soutenue sur ces nouveaux espaces culturels que sont les différents réseaux et plateformes numériques.
- Accompagner les médias canadiens dans leur transition vers le numérique, puisqu’ils ont une sensibilité particulière envers le contenu canadien.
- Poursuivre des discussions constructives avec les différentes plateformes numériques pour les convaincre de bonifier la présence de contenu canadien en avant-plan sur leurs plateformes, notamment en invoquant le désir des consommateurs canadiens d’accéder à du contenu auquel ils peuvent s’identifier culturellement.

## Maintenir et bonifier notre système de financement public dans le soutien à la création canadienne

Les artistes canadiens sont reconnus mondialement pour la qualité de leurs productions. Dans toutes les disciplines, des créateurs comme Robert Lepage, Marie Chouinard, les Violons du Roy, ou encore Moment Factory contribuent à la réputation d'excellence de la culture canadienne. Si ces artistes ont pu ainsi atteindre les plus hauts niveaux, c'est notamment parce qu'ils ont été soutenus financièrement par notre système public, leur permettant de se consacrer à leurs créations. La qualité du contenu culturel canadien est effectivement due en grande partie au système actuel de financement public, qui soutient efficacement les artistes et les créateurs de notre pays. L'appui aux organismes culturels et aux artistes via le Conseil des arts du Canada et Patrimoine Canada permet ainsi de supporter la production artistique canadienne dans les meilleures conditions.

Toutefois, le *statu quo* des dernières années a exercé une pression importante sur les créateurs et les organismes culturels. Beaucoup sont épuisés à force de toujours devoir faire plus avec des ressources qui n'ont pas suivi. Nous ne pouvons nous asseoir sur nos lauriers et voir la qualité de la création canadienne s'essouffler, il demeure fondamental de continuer de soutenir activement ce système. La récente bonification du budget du Conseil des arts du Canada est un excellent geste dans cette direction et permettra de compenser le sous-financement de la dernière décennie.

Un soutien public efficace aux artistes et organismes canadiens leur permettra de maintenir, innover et développer leur créativité, afin d'avoir une production culturelle canadienne riche, une condition *sine qua non* si nous voulons que les Canadiens aient envie de consommer du contenu culturel canadien, contribuant ainsi de façon significative à l'identité canadienne et au mieux-être de tous les citoyens canadiens. Une telle production culturelle canadienne permet aussi aux créateurs de notre pays de rayonner avantageusement à l'international et de contribuer à la diffusion de notre culture partout dans le monde, avec tous les impacts positifs que cela génère.

Bien entendu, en raison de leur importance économique, les industries de la musique, du cinéma et de la télévision occupent une place déterminante dans cette consultation sur le contenu canadien. Il ne faut pas oublier cependant le rôle avant-gardiste et novateur des artistes et organismes culturels canadiens, et d'être conscient de leur impact à plus long terme sur ces industries culturelles. Les artistes émergents d'aujourd'hui façonnent l'industrie culturelle de demain. Ainsi, avant d'être reconnus mondialement pour leur expertise et d'être sélectionnés

par Madonna pour le spectacle de mi-temps du Super Bowl, Moment Factory diffusait ses créations dans des festivals multidisciplinaires d'ici comme le Mois Multi à Québec, et Temps d'Images à l'Usine C de Montréal. Dans un autre registre, le réputé cinéaste Ricardo Trogi a été un membre actif de Spira, une coopérative de cinéastes indépendants de Québec, avant de réaliser plusieurs longs-métrages et séries télévisées acclamés à la fois par le public et la critique. Un soutien public de qualité aux artistes et aux organismes culturels permet de continuer d'avoir du contenu culturel canadien innovant, contribuant ainsi au dynamisme de l'industrie culturelle, mais surtout, à la richesse culturelle de tous les Canadiens.

## Permettre aux organisations et aux artistes canadiens d'être présents de façon soutenue sur les différents réseaux et plateformes numériques.

Alors que la culture se consommait traditionnellement soit dans des lieux de diffusion (musées, salles de spectacle, etc.) soit par l'entremise d'objets (livres, disques, DVD, etc.), l'arrivée du numérique a bouleversé cette donne. L'immatérialité du numérique a occasionné la mise en place de plateformes de diffusion culturelles comme Netflix, Spotify ou iTunes, mais également d'autres plateformes spécialisées. Cette immatérialité est aussi à la source des multiples réseaux qui permettent de consommer et de découvrir de la culture. Nous sommes donc passés d'objets et d'espaces physiques à de nouveaux espaces virtuels. Pour que la culture canadienne puisse s'y retrouver et occuper ces espaces numériques, une énergie considérable est demandée aux acteurs culturels canadiens.

Au-delà de la mise en disponibilité sur ces plateformes, ce qui est relativement facile à réaliser, la question de la découvrabilité du contenu canadien est certainement l'enjeu le plus important à l'ère du numérique. En effet, à quoi bon rendre une œuvre disponible si personne ne peut aisément la découvrir ? Une des façons importantes pour augmenter la visibilité du contenu canadien, et d'ainsi faciliter sa découvrabilité, est donc de permettre aux organisations et aux artistes canadiens d'occuper pleinement ces espaces numériques. Leur présence doit se retrouver sur les différents médias sociaux, évidemment, mais également dans une multitude de réseaux spécialisés, à la fois à l'intérieur des médias sociaux, et à l'extérieur, comme sur des blogues, médias numériques spécialisés, plateformes de diffusion dédiées à des contenus culturels plus pointus, et ainsi de suite. C'est en assurant une présence importante sur ces nouveaux espaces numériques que les créateurs canadiens seront le mieux à même de faire connaître leurs œuvres.

À titre d'exemple, Fjord, un duo de Québec a obtenu récemment cinq millions d'écoutes sur Spotify pour leur chanson « Blue » réalisée entièrement de façon indépendante. De la même façon, le groupe indépendant Men I Trust, également de Québec, a effectué dernièrement une tournée en Chine, à la suite d'un succès considérable sur Spotify et différents blogues spécialisés. Nous pouvons constater ici que la réussite d'un artiste ne dépend donc plus exclusivement du support d'une compagnie de disques et de l'utilisation de moyens de communication traditionnels, mais qu'une forte présence sur ces nouveaux espaces numériques peut devenir une autre façon de développer une carrière internationale.

Cependant, pour être capables d'assumer cette présence sur ces espaces numériques, les artistes et organismes canadiens ont besoin de ressources importantes qui s'ajoutent à leurs tâches déjà existantes : animation des médias sociaux, création de contenu médiatique supplémentaire (vidéos, photos, billets de blogue, etc.) participation aux conversations sur de multiples réseaux spécialisés, création de contenu artistique dédié aux plateformes numériques, etc. La liste des nouvelles tâches est longue et ne peut être assumée par du personnel qui fait déjà des heures supplémentaires, faute de ressources. Pour les artistes, toute cette énergie est aussi de l'énergie qui n'est pas destinée à la création, un autre problème lorsqu'on doit avoir en parallèle un emploi pour vivre décemment.

Également, ce nouveau paradigme de communication et diffusion laisse bien souvent des artistes et organismes perplexes. Nous sommes actuellement en période de transition, et il est important d'accompagner les créateurs canadiens dans leur compréhension et leur apprentissage de ces nouvelles façons de faire. Suivre des formations ou des séminaires, engager un consultant pour mieux comprendre les défis du numérique, participer à des rencontres avec un mentor, voici des activités qui demandent de nouvelles ressources.

Il est donc capital de bonifier le financement actuel des artistes et des organisations afin de permettre aux créateurs de contenu canadien de répondre adéquatement à ces besoins précis, et de pouvoir ainsi être pleinement présents dans le monde culturel numérique.

## Accompagner les médias canadiens dans leur transition vers le numérique

Les médias canadiens existants sont un atout majeur pour faire la liaison entre les créateurs canadiens et le public. En effet, ils ont une sensibilité particulière envers le contenu canadien, comprennent bien la culture d'ici, et ont déjà des liens forts avec le public canadien. Il

est donc essentiel de les accompagner dans leur transition numérique, de façon à ce que nous puissions maintenir et développer ces acquis dans un monde numérique.

Il va de soi que CBC/Radio-Canada, à titre de Société d'État, doit bénéficier de tout le support nécessaire pour assurer une présence médiatique importante sur les réseaux numériques. La plateforme numérique de CBC/Radio-Canada doit être comprise comme un ajout majeur, et une occasion en or de contribuer significativement à la découvrabilité et à la diffusion de contenu canadien, et non comme une façon de réduire les coûts.

La plateforme numérique de CBC/Radio-Canada devrait aussi permettre de mieux faire connaître la production artistique et culturelle canadienne dans toutes les disciplines, compensant ainsi la disparition de la Chaîne Culturelle. À ce titre, il est intéressant de voir ce que fait Télé-Québec, par la production de capsules vidéos à propos des créateurs québécois et diffusées sur la plateforme *La Fabrique culturelle*. *Culturebox*, la plateforme numérique de France Télévisions est également un projet pertinent à étudier.

Cela dit, CBC/Radio-Canada n'est évidemment pas le seul média qui devrait être accompagné pour sa transition numérique. Il existe actuellement au Canada, une multitude de médias spécialisés, comme des revues d'art ou de littérature, ou des radios communautaires, à titre d'exemple, qui bénéficieraient clairement de ressources supplémentaires dans une transition vers un monde numérique. L'appui de ces médias est crucial pour les créateurs canadiens puisqu'ils diffusent une quantité importante de contenus canadiens et touchent des disciplines que les médias grand public ne couvrent à peu près pas, comme la littérature, la musique contemporaine, les arts visuels, etc.

Le rôle du disquaire ou du libraire étant disparu sur les plateformes numériques, les consommateurs migrent vers d'autres types d'intermédiaires pour découvrir de nouveaux contenus. Blogueurs, influenceurs ont une importance, mais la présence accrue d'une variété de médias culturels canadiens sur les différents réseaux et espaces numériques permettrait de combler ce vide, au bénéfice de la culture canadienne.

## Poursuivre des discussions constructives avec les différentes plateformes numériques pour bonifier la présence de contenu canadien

Le contenu canadien peut se retrouver relativement facilement sur les plateformes numériques internationales (iTunes, Spotify, YouTube, etc.). Toutefois, sur ces plateformes, il

n'est jamais aussi mis en évidence que sur les médias traditionnels canadiens, et il subit une importante compétition de la part du contenu étranger. De plus, la présence imposante de ces plateformes majeures dans la vie des consommateurs canadiens ne nous permet absolument pas de les ignorer. Le numérique est caractérisé par sa tendance à favoriser les plateformes monopolistiques, l'échec de Google + face à Facebook nous donnant une excellente idée de la difficulté de mettre en place de nouvelles plateformes. Ces plateformes numériques dominantes sont le summum du *principe Hygrade*.

En raison de leur ubiquité, il est donc essentiel de poursuivre des discussions constructives avec ces différentes plateformes numériques pour les convaincre de bonifier la présence de contenu canadien en avant-plan sur leurs plateformes, notamment en invoquant le désir des consommateurs canadiens de pouvoir accéder à du contenu auquel ils peuvent s'identifier culturellement. Ceci est encore plus vrai au Québec, où la consommation de culture québécoise (livres, séries télévisées, films, musique) est particulièrement élevée au prorata de sa population. Bien entendu, ces discussions peuvent avoir lieu entre l'industrie culturelle et ces plateformes, comme c'est déjà le cas. Nous pensons toutefois que le gouvernement canadien devrait participer à ces discussions et utiliser tout son poids pour aider à faire pencher la balance vers les créateurs de contenu canadien.

## Conclusion

Les bouleversements et changements de paradigme amenés par le numérique ont un impact majeur sur la culture canadienne, c'est une évidence. Les remparts légaux que nous avons, comme les obligations de proportions de contenu canadien ou les quotas de musique francophone ne semblent plus avoir leur place dans un monde numérique. Devant ces nouvelles plateformes qui remplacent de plus en plus les médias traditionnels, la solution la plus efficace est déjà entre nos mains : les créateurs canadiens ont une réputation d'excellence qui existe bien au-delà de nos frontières. Il faut maintenant ne pas se contenter de maintenir le soutien à la création d'ici, mais le bonifier, pour permettre de continuer et de dépasser cette tradition d'excellence.

Avec des créateurs comme le Cirque du Soleil, Xavier Dolan ou Leonard Cohen, la culture canadienne n'a rien à envier à personne. Parlant de Cohen, qui nous a malheureusement quittés cette semaine, mais dont les œuvres restent immortelles, il est intéressant de se rappeler que ses premiers voyages en Grèce et à Jérusalem, voyages qui

allaient changer sa vie et son art, n'étaient pas les errances d'un beatnik, mais bénéficiaient d'une bourse de recherche du Conseil des arts du Canada, fondé deux ans auparavant.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wells, Paul. « Verses both vulnerable and achingly funny », Toronto Star Touch, November 12, 2016.  
Mémoire du Conseil de la culture des régions de Québec et de Chaudière-Appalaches –  
Le contenu canadien dans un monde numérique, novembre 2016