Guide du participant
mercredi 1er juin 2011

Option culture
Virage numérique

FORUM DU NUMÉRIQUE ET DE LA CULTURE

SODEC
Québec

Mot de la ministre - MCCCF

Depuis quelques années, les technologies numériques ont évolué au point où la question de leur incidence sur les arts et la culture ne se pose plus.

Elles soulèvent des questions liées à des contenus toujours plus dématérialisés et donc facilement accessibles en réseau. Ces questions concernent, entre autres, la juste rétribution des intervenants de la chaîne culturelle et les moyens d'ajuster leurs modèles d'affaires aux nouvelles réalités. Elles posent aussi les défis de l'offre culturelle numérique québécoise et de sa visibilité sur les plateformes numériques qui traversent si bien les frontières, avec tout ce que cela suppose en évolution des infrastructures, en perfectionnement de la main-d'œuvre et en veille stratégique.

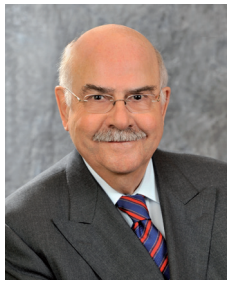
Les technologies numériques représentent une nouvelle ouverture sur des possibilités extraordinaires de créer, diffuser et faire rayonner notre culture, en même temps que l'occasion de s'en servir comme levier naturel de la future économie numérique.

Ce sont là quelques considérations qui feront l'objet de vos échanges, et je suis persuadée qu'il en émergera des idées constructives et un éventail de solutions menant à une démocratisation toujours plus grande des arts et de la culture du Québec.

À toutes et à tous, je souhaite un fructueux forum.

La ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine

Christine St-Pierre



Mot du président du conseil d'administration - SODEC

Le forum de la culture et du numérique marque la dernière étape du processus de consultation débuté en septembre dernier en réponse au mandat confié par la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, visant à élaborer un projet de stratégie numérique québécoise dans le domaine de la culture.

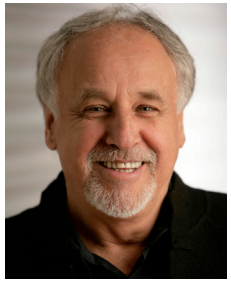
Cette rencontre permettra de discuter et d'enrichir les propositions et recommandations suggérées par les représentants des domaines culturels ayant généreusement collaboré aux différents comités de travail et de définir les axes d'intervention et les priorités d'action qui formeront les bases de la future stratégie du numérique.

La mise en place d'une stratégie vers un virage numérique au sein des industries culturelles aura des impacts industriels, économiques et culturels. Dans un monde où tout devient numérique, les enjeux d'une telle stratégie seront avant tout d'assurer la survie de l'industrie culturelle québécoise et de favoriser le développement et l'épanouissement de l'offre culturelle numérique québécoise en aidant les acteurs de l'industrie à se doter des outils nécessaires pour négocier efficacement le virage numérique. Cette stratégie visera également à s'assurer que les Québécois aient accès à une production culturelle numérique légale, variée et de qualité.

Je tiens à remercier les nombreux intervenants des comités sectoriels et thématiques pour leur disponibilité et leur excellent travail et souhaite à toutes et à tous un bon forum!

Le président du conseil d'administration de la SODEC

Jean Pronovost



Mot du président - SODEC

Notre vie quotidienne est remplie du « phénomène numérique ». Depuis quelques années, il ne se passe pas un jour où les façons de faire ne sont pas bouleversées, où les industries culturelles ne doivent trouver le moyen de se tailler une place dans les marchés internationaux aussi bien que nationaux. Celles-ci sont en constant mouvement et il leur faut s'adapter aux comportements des consommateurs et à l'omniprésence du numérique à toutes les étapes, de la création à la diffusion.

Les entreprises des domaines des arts, de la culture et des communications tiennent une place des plus importantes dans l'économie québécoise avec un PIB de 5 % (2009). Face à l'offre étrangère en matière de contenus culturels numériques, de plus en plus abondante et facile d'accès, le Québec se doit d'agir rapidement.

L'adoption d'une stratégie numérique n'entraînera pas seulement des répercutions sur l'ensemble des acteurs de l'industrie culturelle, mais également sur le gouvernement, en particulier sur le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, ainsi que sur les organismes gouvernementaux reliés à la culture.

Le Québec doit prendre sa place dans l'univers numérique. Nos industries sont compétentes et nos talents nombreux. La stratégie qui ressortira de ce processus se devra d'être rassembleuse, concrète et efficace.

Je remercie les membres du comité directeur, des différents comités de travail ainsi que l'équipe de la SODEC ayant collaboré au projet, pour leur précieuse contribution tout au long de la démarche. L'important travail de réflexion et de synthèse réalisé par tous ces représentants des différents domaines culturels a permis d'aboutir à l'élaboration des principaux constats et pistes d'action qui seront entendus et discutés lors de ce forum.

Le président et chef de la direction de la SODEC

François Macerola

OPTION CULTURE VIRAGE NUMÉRIQUE

TABLE DES MATIÈRES

6 PRÉAMBULE

7 VISION

8 ATELIERS ET DÉROULEMENT

9 CONTEXTE GÉNÉRAL

11 ATELIER 1 : Enrichir la production et l'offre légale de contenu culturel numérique

18 ATELIER 2 : Accroître la promotion et la visibilité dans l'univers numérique

25 ATELIER 3 : Doter les industries culturelles des outils nécessaires au virage numérique

34 ATELIER 4 : Responsabiliser tous les acteurs afin d'assurer la vitalité des industries culturelles à l'ère du numérique

42 ANNEXE

PRÉAMBULE

Le Forum du numérique et de la culture est l'aboutissement du travail des comités formés des membres de l'industrie. Ils ont permis de dégager des enjeux et d'identifier des priorités d'action que nous vous soumettons aujourd'hui.

Le guide que vous avez entre les mains est un document de réflexion dans lequel vous sont proposés les axes d'intervention de la future stratégie et les approches envisagées afin de favoriser le virage numérique des industries culturelles.

Nous comptons sur votre collaboration pour enrichir ces propositions et, par le fait même, identifier les meilleures façons de faire de cette future stratégie, un succès.

Pour plus d'information sur le mandat de consultation de la SODEC et les comités de travail, veuillez consulter l'annexe ainsi que le site internet de la SODEC *http://www.sodec.gouv.qc.ca/*.

Prendre la place qui nous revient dans l'espace numérique francophone et mondial

ATELIERS ET DÉROULEMENT

Ce Forum a comme objectif de discuter d'options visant à faciliter le virage numérique des industries culturelles. Au cours de la journée, nous vous demanderons d'identifier les urgences et d'établir des priorités d'action. Nous sollicitons aussi votre avis sur les actions qui seraient les plus porteuses pour que les industries culturelles québécoises prennent la place qui leur revient dans l'univers numérique.

Le Forum se déroulera en deux temps :

1. En matinée : quatre ateliers de discussion

Vous aurez l'occasion de discuter l'un des thèmes des quatre ateliers suivants :

Atelier 1 : Enrichir la production et l'offre de contenu culturel numérique
Atelier 2 : Accroître la promotion et la visibilité dans l'univers numérique
Atelier 3 : Doter les industries des outils nécessaires au virage numérique
Atelier 4 : Responsabiliser tous les acteurs afin d'assurer la vitalité des industries culturelles à l'ère du numérique

2. En après-midi : une plénière sur les résultats des ateliers de discussion

Vous pourrez entendre et commenter les résultats des discussions des ateliers auxquels vous n'avez pas participé le matin. Le but est de dégager des consensus et d'identifier les points qui mériteront une réflexion supplémentaire à la suite du Forum.

CONTEXTE GÉNÉRAL

Le numérique s'est imposé en quelques années comme la nouvelle voie d'accès aux œuvres, à leur promotion et leur diffusion. Le retard perceptible des industries culturelles québécoises dans ce domaine ressort clairement quand on les compare aux autres pays qui se sont donné un plan stratégique numérique.

Urgence d'agir

Tous les acteurs au sein des industries culturelles qui se questionnent ou vivent des crises plus ou moins intenses savent que le statu quo n'est plus une option. Les industries culturelles et le gouvernement doivent se donner les moyens de relever le défi du virage numérique.

Une stratégie du numérique se révèle donc comme un moyen incontournable d'accroître le potentiel de toutes les industries culturelles. Au Québec un tel plan n'existe ni pour développer le marché ni pour favoriser la création, susciter l'innovation ou repenser de nouveaux modèles d'affaires. Les membres des comités de travail, qui ont mené au forum d'aujourd'hui, ont souligné l'urgence d'agir pour accélérer la transition numérique.

Des constats unanimes

Plusieurs changements en cours modifient grandement le paysage des industries culturelles et certains freins ralentissent cette transition pour les acteurs du milieu, entre autres:

- Le comportement, les goûts et les habitudes des consommateurs évoluent très rapidement et dans toutes les directions, plus vite que ce que l'industrie est capable d'intégrer. L'offre légale culturelle est marginale par rapport à l'abondance étrangère.
- Les publics participent sur les nouvelles plateformes, attirés par de nouveaux contenus générés par les utilisateurs eux-mêmes, modifiant la demande et concurrençant l'offre de l'industrie.
- La complexité de la gestion et la libération des droits réduisent les possibilités d'accroissement du rayonnement de la culture québécoise dans le monde.
- Les modèles de financement publics et privés en place ne favorisent pas l'innovation. Le contenu numérique s'adapte mal à un univers en silos, segmenté et linéaire.
- Les entreprises culturelles ont besoin d'équipement à la fine pointe technologique, d'infrastructures performantes, de main-d'œuvre suffisante et qualifiée ainsi que d'accès à des données stratégiques fiables.
- Les entreprises culturelles sont à la recherche de nouveaux modèles d'affaires.

Unir nos forces

Les enjeux sont clairs : le dynamisme et la prospérité du milieu culturel risquent de diminuer, voire d'être amputés de ses forces vives au profit d'industries mieux organisées des autres régions du monde. Le Québec doit créer un environnement favorable à la vitalité des industries culturelles dans l'univers numérique.

L'heure est arrivée de proposer une vision d'ensemble et des actions cohérentes, ce à quoi le mandat de la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine nous convie.

Atelier 1 : Enrichir la production et l'offre légale de contenu culturel numérique

Mise en contexte

L'enjeu est clair : les industries culturelles québécoises doivent s'affirmer et prendre la place qui leur revient dans l'univers numérique. En effet, l'offre étrangère de contenu culturel et de divertissement, qu'elle soit professionnelle ou amateur, commerciale ou non commerciale, est de plus en plus abondante et facile d'accès. En comparaison, l'offre culturelle québécoise numérique et légale est marginale. Pourtant, le public québécois, très présent en ligne, apprécie les productions et les créations de leurs artistes.

Il est donc impératif de soutenir et de développer l'offre culturelle légale en ligne et sur les réseaux mobiles en appuyant, non seulement, la création et l'innovation, mais en rendant aussi disponibles des contenus culturels québécois existants. Au plan créatif, il faudra prendre en compte la nature des contenus culturels numériques qui sont des produits vivants, évolutifs et qui ne peuvent être enfermés dans une chaîne de production stricte et linéaire. À cela s'ajoutent de nouveaux acteurs, parfois hybrides, à la frontière ou à la croisée de différents secteurs culturels (design, jeu vidéo, effets spéciaux, art numérique, expérience immersive, technologies de l'information) qui contribuent au dynamisme créatif et à l'innovation.

Priorités d'action :

- La création originale numérique
- L'innovation numérique
- La disponibilité de l'offre culturelle existante

Atelier 1 : Enrichir la production et l'offre légale de contenu culturel numérique

Priorité d'action 1 : La création originale numérique

État de situation

Dans le domaine de la culture, peu de programmes d'aide et de soutien sont disponibles au Québec pour la production de contenu numérique original. Le Québec a même perdu du terrain par rapport à d'autres provinces canadiennes. Outre le crédit d'impôt pour la production de titres multimédias, il y a quelques mesures d'aide sectorielle consacrées à des aspects particuliers (ex. : numérisation de livres, numérisation des salles de cinéma, mise en œuvre de projets numériques dans le secteur de la musique). Du point de vue du gouvernement fédéral, on retrouve le Fonds des médias du Canada (volet convergent et volet expérimental) dont une partie est réservée aux entreprises québécoises en audiovisuel et en médias numériques. En ce qui concerne les sources privées, il faut noter la présence du Fonds Bell et du Fonds Quebecor. Tout ce soutien demeure insuffisant et néglige certains genres de productions culturelles (les productions web tété, le transmédia, la production d'applications pour des appareils mobiles).

Options envisagées	Questions
1.1 Appuyer la production originale numérique	• Quels moyens permettraient d'enrichir la production originale québécoise en numérique? Faut-il des programmes spécifiquement dédiés à ce type de production et comment pourraient-ils être financés? » Par exemple : fonds d'aide à la production originale de contenu numérique interactif, fonds pour le développement d'applications mettant en valeur la production culturelle québécoise, fonds pour le développement et l'exploitation de propriétés intellectuelles, fonds pour la production multiplateforme, contribution des fournisseurs de services réseaux à un fonds dédié à la production originale, etc.). • Serait-il préférable de réviser les mécanismes d'aide existants en tenant compte des particularités de l'univers numérique (produit interactif, non linéaire, évolutif) ou d'en faire une refonte? » Par exemple, modifier les conditions particulières quant au déclenchement initial de la production (ex. : considérer la production web comme un déclencheur de financement multiplateforme?) • Devrait-on encourager une production diversifiée de contenus numériques originaux ou appuyer certains types de contenus numériques? Si oui, lesquels? • La mise en place de projets pilotes sur plusieurs années pour le développement de contenus culturels numériques serait-elle la meilleure voie à emprunter?
1.2 Revoir la notion/définition de produit culturel	• Doit-on élargir la notion de produit culturel afin d'inclure des contenus de nature hybride, tels un livre avec musique et vidéo, de même des produits interactifs, des jeux vidéo, des contenus éducatifs, etc? • Dans la perspective d'une redéfinition du produit culturel, quel devrait être le champ d'intervention MCCCF?

Priorité d'action 2 : l'innovation numérique

État de situation

Le déploiement des technologies numériques permet d'emprunter de nouvelles avenues de création de produits culturels et de leurs applications. Il favorise la rencontre des mondes des « médias traditionnels » et des « nouveaux médias » et permet l'éclosion de phénomènes de cocréation.

Pour arpenter ces nouvelles avenues, les entreprises culturelles doivent tenter des expériences. Malheureusement, leurs modestes moyens limitent les possibilités d'expérimentation. D'ailleurs, leurs activités de R&D ne correspondent pas aux critères des programmes existants. Elles n'ont pratiquement pas accès à de l'aide en recherche et développement comme on en retrouve dans les secteurs des technologies de l'information.

Options envisagées	Questions
2.1 Appuyer les activités de R&D	• Devrait-on adapter les mécanismes existants de R&D, comme le crédit d'impôt, afin de rendre admissibles les activités de R&D des entreprises culturelles? Ou encore, serait-il préférable de développer des mécanismes d'aide spécifiquement adaptés aux activités de R&D par ces entreprises? • Est-ce que les mécanismes de capital de risque sont bien adaptés aux entreprises culturelles? Est-ce que faciliter l'accès au capital de risque pour des entreprises qui développent des projets numériques est une voie à privilégier? Si oui, quelles conditions devraient être mises en place pour faciliter l'accès?
2.2 Encourager la multidisciplinarité dans la création	• Quels seraient les meilleurs moyens d'encourager la création multidisciplinaire? » Par exemple, la création de lieux multidisciplinaires de création, tels des HUB, des incubateurs ou des pôles d'innovation, est-elle la meilleure option? • Devrait-on développer des incitatifs financiers qui récompensent l'utilisation de contenus québécois lors de la production de contenus culturels? Si oui, lesquels?

Priorité d'action 3 : La disponibilité de l'offre culturelle existante

État de situation

La numérisation de l'offre culturelle existante est un processus coûteux et techniquement complexe. À l'heure actuelle, l'offre culturelle québécoise produite par les médias traditionnels au cours des années antérieures est peu disponible dans l'univers numérique. Il en va de même pour le patrimoine culturel québécois même si le Québec possède plusieurs institutions responsables de protéger et de mettre en valeur son patrimoine culturel.

Rendre cette offre culturelle disponible dépend de la capacité des entreprises culturelles à libérer et à gérer la chaîne de droits; tout cela dans un contexte légal fort complexe où interviennent plusieurs paliers législatifs (provincial, fédéral et international).

Options envisagées	Questions
3.1 Numériser l'offre culturelle existante	• À quel rythme doit-on numériser les contenus patrimoniaux détenus par des organismes tels la Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BAnQ) et la Cinémathèque? • À quelles conditions les contenus patrimoniaux numérisés pourraient stimuler le développement des nouveaux produits culturels? • Doit-on accélérer la numérisation des catalogues détenus par les entreprises culturelles? Devrait-on avoir des critères afin d'établir des priorités dans la numérisation? Ou devrait-on plutôt à partir de ces catalogues encourager le développement de produits culturels reformatés, augmentés ou enrichis? • Doit-on accorder la priorité à la numérisation des contenus patrimoniaux ou à celle des catalogues détenus par les entreprises?
3.2 Faciliter la gestion et la libération de la chaîne de droits par des mécanismes législatifs, technologiques et financiers	• Quels seraient les meilleurs moyens d'aider à la gestion et la libération de la chaîne de droits? » Par exemple, faut-il mettre en place une aide financière pour le secteur privé et les institutions ou légiférer? • Est-ce que des ententes de concertation visant la simplification de la libération de la chaîne de droits seraient une voie préférable?
3.3 Appuyer la diffusion numérique de spectacles, de films et d'événements culturels partout sur le territoire québécois	• Est-ce une priorité pour accroître la disponibilité de l'offre culturelle?

Atelier 2 : Accroître la promotion et la visibilité dans l'univers numérique

Mise en contexte

Pour se distinguer, atteindre les publics d'ici ou de l'étranger et développer de nouveaux marchés, les entreprises culturelles québécoises doivent utiliser les nouvelles approches de promotion et de visibilité qui exploitent le potentiel des technologies numériques. L'évolution rapide des modes de diffusion numérique force les entreprises culturelles à s'adapter constamment pour rester en contact avec leurs auditoires, notamment les jeunes. Il faudra que les entreprises se donnent les outils nécessaires pour diffuser leurs produits sur les plateformes les plus populaires.

En plus, les publics cibles doivent être en mesure de repérer facilement les contenus et les productions qui les intéressent. Le recours à des méthodes reconnues de codification et de référencement de leurs créations s'avère incontournable, sinon ces dernières resteront des secrets bien gardés.

Ces nouvelles possibilités de promouvoir et de distribuer des produits transforment la nature des fonctions des acteurs de la chaîne de valeur de chacun des secteurs culturels. Ces chaînes de valeur se reconfigurent et perturbent les modes de rémunération des divers acteurs, qui dans plusieurs cas voient leurs revenus diminuer. Producteurs, éditeurs, distributeurs, artisans n'ont d'autres choix que d'ajuster ou modifier leurs modèles d'affaires dans un contexte où la part de risque assumée par eux ne cesse d'augmenter.

Priorités d'action :

- La maîtrise des outils numériques de promotion et de mise en marché
- L'accroissement des contenus québécois sur les plateformes de diffusion et de distribution
- La migration des industries culturelles vers des modèles d'affaires propres à l'univers numérique et l'émergence de nouveaux joueurs

Atelier 2 : Accroître la promotion et la visibilité dans l'univers numérique

Priorité d'action 1 : La maîtrise des outils numériques de promotion et de mise en marché

État de situation

Plusieurs grands joueurs internationaux comme iTune, Amazon, Netflix ont des pouvoirs d'attraction immenses auprès des publics. Afin de rejoindre les auditoires, des investissements significatifs devront être consentis pour la promotion et les diverses activités de visibilité sur plusieurs plateformes de diffusion numériques. Les entreprises culturelles doivent être en mesure d'expérimenter afin de maîtriser les nouvelles approches de promotion et d'accroissement de la visibilité des contenus numériques (ex. : les programmes d'affiliés, l'approche de marque blanche (white labelling), les achats groupés et collectifs, les réseaux sociaux, les communautés d'intérêts, etc.). Les technologies numériques offrent l'occasion aux utilisateurs d'adopter des modes de consommation qui leur donnent plus de contrôle sur le choix des produits et des services culturels. Leur influence grandissante fait en sorte que les industries culturelles doivent être de plus en plus à l'affût de ces changements pour leur proposer de nouvelles offres.

Options envisagées	Questions
1.1 Favoriser l'expérimentation de nouveaux modèles de promotion, de diffusion et les approches multiplateformes	• Quels seraient les meilleurs moyens de favoriser l'expérimentation des nouvelles approches? • Devrait-on encourager certaines pratiques par l'aide conditionnelle, des mécanismes de bonification de l'aide ou des critères de programme spécifiques? Par exemple : » Débuter la promotion en amont du processus de production? » Assurer la présence sur plusieurs plateformes? » Être présent sur les médias sociaux et développer des communautés d'intérêts?

Priorité d'action 2 : L'accroissement des contenus québécois sur les plateformes de diffusion et de distribution

État de situation

Les divers secteurs culturels doivent accroître leur présence sur les marchés pour concurrencer les grands joueurs de l'univers numérique. Plusieurs organismes de financement interviennent pour appuyer la distribution et la diffusion de la culture québécoise au plan national et international. Les nouvelles options technologiques de distribution et de diffusion des contenus ne sont pas toutes exploitées par les entreprises culturelles et les organismes qui les soutiennent.

Pour accroître la visibilité des contenus culturels québécois en ligne, des efforts devront être faits pour normaliser, codifier, encoder les contenus culturels et partager ces données afin d'assurer un plus grand rayonnement de la culture québécoise.

Options envisagées	Questions
2.1 Appuyer le développement des infrastructures numériques de distribution et d'agrégation de contenus culturels québécois	• Quels types d'approche devrait-on privilégier? » Par exemple : devrait-on appuyer en priorité les approches collectives et collaboratives de mise en marché et de distribution? Devrait-on appuyer le développement d'une plateforme québécoise indépendante de diffusion et de distribution de contenus culturels? • Devrait-on lier le financement public pour des approches de mise en marché de distribution au respect de normes, de protocoles ouverts et d'accès à des tableaux de bord (données agrégées) pour l'analyse des transactions et des clients? • Quel est le rôle de l'État québécois dans ce domaine? • Quel est le rôle des médias publics (Télé-Québec, Radio-Canada) dans promotion et la mise en valeur des contenus québécois dans l'univers numérique?
2.2 Étudier les possibilités de négocier des ententes de visibilité avec les agrégateurs/distributeurs locaux et internationaux	• Comment peut-on encourager la présence des répertoires québécois chez les détaillants et les services en ligne présents au Québec ou au Canada? • Quels mécanismes faciliteraient la négociation d'ententes de visibilité avec les agrégateurs/plateformes nationales et internationales?
2.3 Mettre en place une politique de données ouvertes dans les secteurs culturels pour les organismes gouvernementaux et les entreprises privées	• Doit-on faire de la mise en place de méthodes de normalisation, de codification, d'indexation des métadonnées pour faciliter le repérage et le suivi de l'utilisation du contenu culturel québécois une priorité? Comment devrait-on procéder? • Comment inciter le partage et à la mise en commun des données de catalogage et d'indexation des organismes publics et des entreprises culturelles? Faut-il lier le financement public au partage de ces données? • Comment optimiser la production des données de catalogage et d'indexation issues des organismes publics ou associatifs afin de faciliter la mise en marché?

Priorité d'action 3 : La migration des industries culturelles vers des modèles d'affaires propres à l'univers numérique

État de situation

Les entreprises culturelles sont à la recherche de modèles d'affaires. En effet, plusieurs d'entre elles voient leurs revenus tirés de sources traditionnelles baisser, sans pour autant être compensés par ceux de sources numériques. Elles doivent explorer diverses approches de monétisation des contenus culturels, telles : les offres gratuites avec offres Premium, les modèles de micro-paiement, la vidéo sur demande, la vente directe, l'abonnement, les méthodes de contributions volontaires des utilisateurs, etc. Ces différentes avenues associées au potentiel des technologies de promotion et de distribution numérique sont autant d'occasions de développer de nouveaux marchés locaux ou internationaux ou encore de s'intéresser à des marchés de niche. Enfin, il faut également miser sur l'entrepreneuriat et l'émergence de nouveaux joueurs pour favoriser le développement d'une industrie forte.

Options envisagées	Questions
3.1 Encourager la prise de risque pour expérimenter et développer de nouveaux modèles d'affaires	• Est-ce que du financement sur une base triennale ou des projets pilotes sur quelques années pour développer des expertises de commercialisation et de distribution seraient des avenues intéressantes? Si oui, quels en sont les avantages? • Devrait-on soutenir la prise de risque en octroyant l'aide financière en fonction de l'atteinte d'objectifs? Par exemple : l'accroissement des ventes ou l'augmentation des auditoires?
3.2 Favoriser le contrôle et l'exploitation de la propriété intellectuelle.	• Les mécanismes actuels de crédits d'impôt et des programmes d'aide favorisent-t-ils ou nuisent-ils au développement de la propriété intellectuelle? Devrait-on étudier leur impact sur le développement et le contrôle de la propriété intellectuelle? • Devrait-on bonifier l'aide en fonction du pourcentage de contrôle de la propriété intellectuelle?
3.3 Encourager et appuyer le développement de marchés internationaux et de niche	• Y-a-t-il des marchés ou des territoires qui devraient être développés de manière prioritaire? Lesquels?

Atelier 3 : Doter les industries culturelles des outils nécessaires au virage numérique

Mise en contexte

Les entreprises culturelles ont besoin d'équipement à la fine pointe technologique, d'infrastructures performantes, de main-d'œuvre suffisante et qualifiée ainsi que d'accès à des données stratégiques fiables.

La célérité des changements des technologies numériques rend nécessaire la mise à jour continuelle des équipements et des compétences. Les écoles de formation, à cet égard, doivent être en mesure de recourir aux meilleures expertises et outils si elles veulent répondre aux besoins des entreprises.

Au chapitre des infrastructures, le gouvernement du Québec est propriétaire de plusieurs réseaux de bande passante. À titre d'exemple, Hydro-Québec possède un vaste réseau performant de fibres optiques de télécommunication. Il a également investi des millions de dollars pour équiper les universités, les écoles, les municipalités et les organisations. À l'heure où le branchement haute vitesse est considéré comme un service de base par les citoyens, le gouvernement québécois doit veiller à ce que ses réseaux soient symétriques, interopérables et basés sur des standards ouverts.

L'accès aux analyses et aux données brutes sur l'offre, les tendances de marché, les comportements des utilisateurs et les modèles d'affaires permet de comprendre et de saisir tout le potentiel qu'offre l'univers numérique. Beaucoup d'organismes privés ou publics en produisent. À lui seul, le gouvernement du Québec dispose de l'Institut de la statistique du Québec et de l'Observatoire de la culture et des communications. Plusieurs ministères réalisent également des études. Toute cette intelligence économique et culturelle doit être communiquée et vulgarisée auprès du milieu culturel afin qu'il puisse l'exploiter pleinement et de manière efficace.

Priorités d'action :

- La réduction de la fracture numérique
- Le développement d'infrastructures de données et de conservation des œuvres
- La disponibilité accrue d'une main-d'œuvre qualifiée en création et en stratégie nouveaux médias
- La disponibilité de données et d'analyses régulières sur les tendances dans l'univers numérique

Atelier 3 : Doter les industries culturelles des outils nécessaires au virage numérique

Priorité d'action 1 : La réduction de la fracture numérique

État de situation

Le déploiement extraordinaire des technologies, des contenus et des usages numériques entraîne une hausse importante de la quantité de données numériques transmises sur les réseaux de télécommunications. Au Québec, la qualité et la performance des infrastructures (services large bande, services de téléphonie mobile) n'ont pas progressé au même rythme observé que dans d'autres pays, sans compter que les tarifs ne sont pas très avantageux pour les utilisateurs. De plus, des disparités persistent encore entre les grands centres urbains et les régions éloignées du Québec. Les experts estiment que les technologies déployées actuellement ne permettront pas aux Québécois de profiter pleinement des outils et contenus numériques proposés par les industries culturelles. Le gouvernement du Québec semble bien conscient de cette situation puisqu'il prévoit des investissements de 900 M$ en infrastructures d'ici 2020. Ces sommes serviront, entre autres, au développement et au rehaussement de la capacité des infrastructures existantes, autant publiques que privées. Une action gouvernementale concertée permettrait d'optimiser l'utilisation de ces réseaux pour diffuser les contenus culturels québécois dans toutes les régions du Québec.

Options envisagées	Questions
1.1 Établir une politique gouvernementale de gestion et d'optimisation des infrastructures de bande passante publiques	• Le gouvernement du Québec devrait-il utiliser la bande passante financée par des fonds publics pour compléter le branchement des citoyens, particulièrement ceux qui sont en région? Devrait-il exploiter ces réseaux pour diffuser le contenu culturel québécois? • Le gouvernement devrait-il établir des standards minimaux de vitesse de bande passante? Si oui, lesquels? • Comment le gouvernement québécois pourrait-il s'assurer que les réseaux sont symétriques et interopérables? Comment s'assurer de la neutralité du Web?
1.2 Équiper les entreprises culturelles avec des technologies numériques à la fine pointe	• Comment peut-on aider au maintien d'équipement de pointe dans un contexte d'évolution constante des technologies et de mise à jour continue des logiciels? Faut-il privilégier des outils qui respectent des codes ouverts?

Priorité d'action 2 : Le développement d'infrastructures et de méthodes de conservation des données et d'œuvres

État de situation

Les organismes québécois responsables de la conservation culturelle, notamment la Cinémathèque, la Bibliothèque et Archives nationales du Québec/BAnQ, doivent prendre des décisions importantes quant à la normalisation et la standardisation de l'information pour l'écrit, la vidéo et l'audio. Là encore, la rapidité des changements technologiques pose des difficultés importantes pour la conservation des données sur les contenus culturels numériques de même que pour la préservation des œuvres numériques. Il faut prévoir l'évolution des supports, des équipements de lecture et penser à utiliser des codes ouverts pour accéder à l'information dans 50 ou 100 ans.

Options envisagées	Questions
2.1 Assurer la conservation des œuvres et des contenus culturels numériques	• Comment doit-on adapter le dépôt légal aux nouveaux standards et formats (Cinémathèque, Bibliothèque et Archives nationales du Québec/BAnQ)? Quels standards et normes devraient être privilégiés? • Comment peut-on s'assurer de la conservation des œuvres numériques? Quels types de contenus culturels numériques doivent faire l'objet d'une politique de conservation?
2.2 Garantir l'accès aux données sur les contenus culturels	• Le développement d'infrastructures d'entrepôts de données au Québec est-il l'avenue à prendre pour conserver les données sur les contenus culturels numériques? Est-ce le meilleur moyen pour faciliter l'accès à de tels contenus?

Priorité d'action 3 : Disponibilité accrue d'une main-d'œuvre qualifiée en création et en stratégie nouveaux médias

État de situation

L'intégration des technologies numériques nécessite la mise à niveau continuelle des compétences des acteurs culturels et la mondialisation des marchés exige d'offrir des produits concurrentiels tant sur le plan de la qualité que des coûts. Pour ce faire, il faut que les entreprises culturelles québécoises puissent faire appel aux meilleurs experts pour développer leurs produits et leurs créations. À l'heure actuelle, les entreprises québécoises manquent de ressources et d'expertises dans la création, dans le développement des affaires et la compréhension des lois et des règles associées à la propriété intellectuelle. Elles ne disposeraient pas du temps et des ressources nécessaires pour donner régulièrement de la formation et partager des expériences entre elles. Du côté des écoles et des centres de formation, elles doivent faire des pieds et des mains pour se maintenir à la fine pointe des technologies et compter sur les meilleures ressources de formation.

Options envisagées	Questions
3.1 Attirer des étudiants dans les programmes de formation postsecondaire	• Comment peut-on sensibiliser des jeunes aux perspectives d'emploi dans l'industrie culturelle et créative? • Est-ce que l'inclusion d'un volet de familiarisation sur la création, la diffusion et la promotion numérique dans toute formation culturelle dès le collégial serait la voie à emprunter?
3.2 Assurer l'excellence de la formation	• Est-ce qu'un système d'attestation officielle des cours de formation dans l'univers numérique et les métiers numériques pourrait garantir la qualité de la formation? • Comment peut-on stimuler la recherche et le développement dans les écoles et les programmes spécialisés de niveau postsecondaire en création et en promotion numériques? • Comment peut-on s'assurer d'avoir recours à des spécialistes mondiaux, francophones ou non, dans le domaine des nouveaux médias?
3.3 Faciliter l'insertion en milieu de travail	• Est-ce que la mise en place de crédits d'impôt spécifiques pour des stages en entreprise serait le meilleur mécanisme pour l'insertion? • Devrait-on plutôt miser sur le développement d'un système de compagnonnage et de mentorat?
3.4 Encourager la formation continue en entreprise et auprès des travailleurs autonomes et atypiques	• Comment peut-on inciter les petites et moyennes entreprises à investir en formation? Est-ce qu'élargir la règle du 1% aux entreprises avec une masse salariale de moins de 1 million de dollars est un moyen pertinent? • Comment peut-on adapter les programmes de formation aux réalités des PME, des travailleurs automnes et atypiques? Par exemple : » Faut-il privilégier des approches de formation à distance ou l'organisation de communautés d'apprentissage?

Priorité d'action 4: La disponibilité de données et d'analyses régulières sur les tendances dans l'univers numérique

État de situation

Le Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) et ses diverses agences, l'Observatoire de la culture et des communications, les universités et les chercheurs spécialisés dans le domaine culturel sont autant de sources de recherches et d'analyses sur les tendances qui affectent l'industrie culturelle. Il faut donc communiquer et vulgariser l'information disponible. Malgré cette abondance d'information, il manque cruellement de données relatives aux comportements numériques des utilisateurs ou à l'analyse fine des transactions en ligne des produits culturels. Cette insuffisance découle en grande partie des limites du cadre conceptuel actuel, notamment en ce qui a trait à la définition des contenus culturels dans l'univers numérique.

Options envisagées	Questions
4.1 Étudier et documenter les modèles d'affaires existants et les nouveaux comportements à l'ère du numérique	• Devrait-on mettre davantage les universités à contribution? Par exemple, » En créant des bourses de recherche universitaires? » En confiant à des équipes de chercheurs, associés à des universités ou à des chaires, la réalisation d'études? • Devrait-on développer des approches de style *living lab* pour mieux identifier et documenter les nouvelles pratiques d'affaires dans le milieu créatif?
4.2 Définir les produits et services numériques	• À quel(s) organisme(s) devrait-on confier la définition des produits et services numériques? • Devrait-on plutôt créer un groupe de travail d'experts pour recommander des définitions de produits et de services numériques?
4.3 Développer des indicateurs de rendement	• À quel(s) organisme(s) devrait-on confier le développement d'indicateurs de rendement correspondant à des normes et standards reconnus? • Devrait-on créer un groupe de travail d'experts pour établir de tels indicateurs?
4.4 Favoriser les échanges et la circulation des analyses et des études dans les secteurs culturels	• Comment peut-on favoriser la publication et la diffusion des études et des sondages faits par les ministères? Par exemple : » Devrait-on créer des ateliers ou utiliser des plateformes numériques? • Comment peut-on mutualiser la veille faite par les organismes publics et les associations professionnelles sur les pratiques numériques et modèles d'affaires innovants? • Devrait-on organiser des événements ou s'associer avec des organismes ou des événements existants (ex. WebCom, Infopresse, etc.)?

Atelier 4 : Responsabiliser tous les acteurs afin d'assurer la vitalité des industries culturelles à l'ère du numérique

Mise en contexte

Pour que le Québec prenne la place qui lui revient dans l'univers numérique, il faudra trouver les approches et les moyens les plus appropriés pour encourager la concertation de tous les acteurs de l'industrie culturelle et faciliter la transition. Il faudra aussi accepter de revoir en tout ou en partie le cadre de fonctionnement des secteurs et de consentir les ressources nécessaires pour que ce virage se fasse de façon dynamique et efficace.

Malgré les contraintes du partage des compétences fédérales/provinciales et de la difficulté de réglementer l'univers numérique, le Québec a les moyens d'agir et devra se concerter avec ses vis-à-vis fédéraux pour assurer une cohérence des actions. De plus, plusieurs ministères, dont ceux à vocation économique ou éducative, devront également être mis à contribution. Le gouvernement du Québec a plusieurs mécanismes d'intervention pour favoriser l'épanouissement culturel dans l'univers numérique. Il peut mettre en place des politiques publiques qui harmonisent les actions de ses ministères, de ses agences et organismes ou de ses partenaires pour atteindre des objectifs communs (ex. : la Politique culturelle du Québec dont découlent plusieurs mécanismes d'aide pour les entreprises culturelles et les créateurs). Il peut aussi intervenir au plan législatif et réglementaire pour favoriser certains comportements ou encadrer certaines pratiques d'affaires (ex. Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre). Son intervention peut aussi être normative dans la mesure où il fixe certains critères ou paramètres, notamment dans ses divers programmes d'aides ou de soutien (ex. : définition d'un produit culturel, propriété canadienne des entreprises, nature des produits soutenus, etc.). Enfin, il peut investir dans les infrastructures (ex. la construction de bâtiments culturels) ou agir à titre d'acheteur exemplaire en optant pour des produits et services d'entreprises québécoises.

Enfin, le public et les citoyens du Québec sont aussi des acteurs clés de ce virage, car ils participent à la vitalité de la culture québécoise. Ils y contribuent financièrement par leurs impôts et leurs taxes, mais aussi plus activement lorsqu'ils se procurent des billets pour des spectacles, offrent un livre en cadeau, achètent un album de musique ou ajoutent une pièce à leur collection d'objets d'art.

Priorités d'action :

- Modernisation des outils d'intervention et d'encadrement des industries culturelles
- Les nouvelles sources de financement
- La cohérence et l'efficacité des interventions publiques en matière de numérique

Atelier 4 : Responsabiliser tous les acteurs afin d'assurer la vitalité des industries culturelles à l'ère du numérique

Priorité d'action 1 : Modernisation des outils d'intervention et d'encadrement des industries culturelles

État de situation

L'impact des technologies numériques sur le fonctionnement des industries culturelles nous oblige à revoir plusieurs aspects des interventions de l'État. D'autant plus que l'univers numérique n'est pas imperméable à toute forme d'encadrement juridique. D'abord, bien des pouvoirs législatifs essentiels à la réglementation des exploitations sont de compétence fédérale. Le Québec dispose néanmoins de pouvoirs et de moyens susceptibles d'apporter certaines solutions. Une utilisation appropriée de ses pouvoirs permettrait au Québec d'adopter des lois générales relevant de ses champs de compétences pouvant valablement toucher à des activités relevant des champs de compétences fédérales (ex. : application de la Charte de la langue française à l'étiquetage de produits importés, application de la Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information aux prestataires de services Internet). Par ailleurs, le Québec devra être encore plus attentif à l'application et aux propositions de changements législatifs et de politique publique au niveau fédéral liées à la culture dans l'univers numérique, car ces dernières risquent d'affecter les objectifs que le Québec se donnera dans sa stratégie numérique.

Options envisagées	Questions
1.1 S'assurer que les politiques, les lois et les règlements qui encadrent les secteurs culturels correspondent aux réalités du numérique	• La politique culturelle du Québec répond-elle aux enjeux du numérique? • Comment s'assurer que les lois qui encadrent la culture intègrent les réalités du numérique? Par exemple : » La Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre et la question du livre numérique; la Loi sur le cinéma en regard de la distribution en ligne de films au Québec, y compris en provenance de distributeurs situés hors frontières; la Loi sur Bibliothèque et Archives nationales du Québec; la mise à jour des politiques québécoises en matière de culture dans l'univers numérique; les lois et la réglementation concernant les infrastructures technologiques afin de les adapter au marché et d'encourager les investissements dans les infrastructures.
1.2 Utiliser de manière stratégique les pouvoirs et moyens d'intervention possibles du Québec dans les domaines relevant du fédéral	• Quelles représentations auprès du gouvernement fédéral concernant les compétences et les changements légaux qui portaient atteinte aux objectifs d'une stratégie québécoise du numérique devraient être faites en priorité (ex. Loi sur le droit d'auteur, Loi sur la radiodiffusion, Loi sur les télécommunications, Loi sur Investissement Canada)? • Est-ce que le gouvernement du Québec devrait légiférer en utilisant de manière stratégique ses pouvoirs, afin d'encadrer les différents intervenants et les exploitations dans les univers numériques? Si oui, quels intervenants et activités devrait-il réglementer? • Est-ce que le Québec devrait se doter d'un plan d'action qui imposerait à toute entreprise (incluant les entreprises non canadiennes) faisant affaire au Québec dans le secteur culturel en contexte numérique, des obligations visant à favoriser l'accessibilité et la visibilité des contenus culturels québécois? » Par exemple, se prévaloir, dans toute la mesure du possible, des possibilités offertes par les articles 20 (e) et 21 de la Loi sur Investissement Canada qui impose aux non-Canadiens qui acquièrent le contrôle d'une entreprise canadienne existante ou veulent en créer une nouvelle de démontrer que cela est à l'avantage net du Canada.

suite

Options envisagées	Questions
1.3 Établir une politique gouvernementale en matière d'achat et d'utilisation de produits et services culturels dans l'univers du numérique	• Que devrait prévoir une telle politique gouvernementale?
1.4 Établir un plan d'action sur l'impact des exploitations illégales de contenus culturels	• Est-ce que sensibiliser le public sur l'impact des exploitations illégales de contenus culturels dans les univers numériques, notamment sur la rémunération des acteurs de la chaîne de valeur par une campagne de sensibilisation est une priorité? • Est-ce que le Québec devrait s'inspirer de certaines initiatives internationales pour lutter contre le piratage? Devrait-il mettre en place un comité de travail pour étudier et faire une veille sur ces initiatives? • L'accroissement de l'offre légale de contenus culturels québécois est-il le meilleur moyen de contrer l'exploitation illégale?

Priorité d'action 2 : Les nouvelles sources de financement

État de situation

La transition vers le numérique ne peut pas se faire en misant uniquement sur la réallocation des enveloppes budgétaires accordées actuellement aux industries culturelles. Il faudra trouver de nouvelles sources de financement que ce soit auprès du consommateur, du secteur privé ou du gouvernement.

Options envisagées	Questions
2.1 Mettre en place un système de redevances adapté à la circulation des produits culturels dans l'univers numérique	• Le gouvernement du Québec devrait-il proposer la création (ou l'adaptation) de régimes de versement de redevances aux ayants-droit en contrepartie de l'exploitation de leurs produits culturels? Le cas échéant, quelles seraient les options possibles (par exemple : une redevance sur les transactions de produits culturels; une redevance sur le téléchargement ou la transmission de contenus culturels)?
2.2 Ordonner l'exploitation des contenus culturels numériques et redistribuer les flux financiers dans la chaîne de valeur	• Devrait-on mettre en place des mécanismes de concertation visant à faire en sorte que tous les acteurs concernés, incluant les fournisseurs de services réseau, contribuent à l'élaboration de solutions visant à appuyer la création et l'exploitation légitime et ordonnée de contenus culturels numériques? Quels en seraient ces mécanismes?

Priorité d'action 3 : La cohérence et l'efficacité des interventions publiques en matière de numérique

État de situation

Le succès de sa mise en œuvre reposera sur la cohérence des interventions publiques autant au niveau provincial que municipal. Actuellement, aucune véritable autorité ne veille à la bonne marche du Québec dans l'univers numérique ainsi qu'à la compréhension des développements technologiques et normatifs. Son succès passera également par la capacité du gouvernement à développer des programmes d'aide et de soutien qui s'éloignent de l'approche en silos qui nuit à l'innovation et à la création de nouveaux produits ou applications pour les nouveaux médias.

Options envisagées	Questions
3.1 Mettre en place une autorité permanente sur la stratégie numérique	• Quel est le rôle du gouvernement du Québec? Quelle forme devrait prendre cette autorité permanente? • Quel devrait être son champ d'action? Par exemple : » Veiller à la concertation au sein des ministères, dont le MCCCF et ses agences, afin d'atteindre les objectifs de la stratégie. » Faire le pont entre la gestion technique des réseaux et les besoins des usagers (société civile). » Traiter de la protection des droits de propriété intellectuelle (notamment en matière de droits d'auteur), de la liberté d'expression, de la circulation de l'information, de la protection des renseignements personnels, du commerce en ligne et du traitement réservé aux contenus.
3.2 Améliorer la concertation au sein du gouvernement québécois	• Quels seraient les meilleurs moyens de concertation entre les ministères et les agences qui interviennent en culture?
3.3 Travailler avec les villes et les paliers municipaux	• Comment s'assurer que les villes et les municipalités soient des partenaires, entre autres, dans la diffusion et la promotion de la culture québécoise dans l'univers numérique?

Mandat confié à la SODEC

La ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine a confié à la SODEC le mandat d'élaborer, en collaboration avec le Conseil des arts et des lettres du Québec et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, une stratégie numérique québécoise dans le domaine de la culture. Cette stratégie vise à favoriser une progression stratégique et efficace des différents domaines culturels dans l'espace numérique et à propulser le Québec parmi les leaders en cette matière.
La démarche tend à :

1. établir un diagnostic de la situation;
2. identifier les principaux enjeux;
3. préciser les rôles de chacun (gouvernement, créateurs et entreprises);
4. dégager les orientations et les actions les plus porteuses à court, moyen et long termes, lesquelles constitueront les lignes de force de la stratégie du numérique dans le domaine culturel.

Comités sectoriels (6)	Comités thématiques (8)
Cinéma	Innovation / création
Livre	Production / édition
Métiers d'art	Modèles d'affaires / monétisation
Musique et spectacles	Mise en marché / diffusion
Production numérique et nouveaux médias interactifs	Lois / cadre réglementaire
Télévision	Formation / main-d'œuvre
	Infrastructure
	Veille, recherche et prospective

Les présidents des comités sectoriels et thématiques forment le comité d'orientation.

Le présent forum constitue la dernière étape de ce processus de consultation. Il a pour objectif d'éprouver les axes d'intervention et les priorités d'action auprès des participants et de recueillir leurs propositions et suggestions. Par la suite, le comité directeur aura la responsabilité de produire un rapport sur l'ensemble des contributions faites lors de la consultation publique Option culture, virage numérique qui sera soumis à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Cette dernière aura la responsabilité d'établir la stratégie après l'analyse des résultats des différentes consultations, dont celle de la SODEC et celle du CALQ.