

## LES PRODUCTEURS MÉDIATIQUES : AU CŒUR DES ENJEUX DE LA POLITIQUE CULTURELLE DU QUÉBEC À L'ÈRE NUMÉRIQUE

L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) a vu le jour en 1966, cinq ans à peine après la création du ministère des Affaires culturelles du Québec. Elle peut témoigner que les mesures mises en place pour développer l'expertise québécoise en production médiatique et soutenir une industrie indépendante forte ont été fructueuses. L'industrie de la production indépendante est maintenant responsable de près de 80 % du volume de production des contenus audiovisuels au Québec.

Pour l'industrie audiovisuelle, les changements qui interviennent à l'échelle mondiale s'apparentent à une véritable révolution. Les utilisateurs sont submergés par les choix offerts sur une multiplicité de plateformes. Les algorithmes peuvent dicter leur conduite en se basant sur leurs choix précédents, les privant ainsi de découvertes. Il devient difficile de se distinguer et de concurrencer les grands joueurs américains. Mais, si les habitudes d'écoute et les options d'écrans changent, les Québécois continuent d'apprécier les séries télé et les films produits par des créateurs d'ici.

Pour les membres de l'AQPM, le principal enjeu de la mise à jour de la politique culturelle du Québec n'est pas différent aujourd'hui de celui évoqué avec force il y a deux décennies par la Commission de la Culture sur les enjeux du développement de l'industrie québécoise :

*« Dans une société de l'information sans frontières, c'est la qualité et la quantité de contenus qui permettront aux cultures d'exister et de se développer. On le dit à satiété, mais il faut le rappeler : il ne faut surtout pas considérer les industries culturelles comme étant uniquement des projets d'infrastructures, le contenu, pour le Québec, comme pour les autres sociétés, sera l'enjeu décisif. »*

La bataille est celle de la conquête des auditoires et des revenus. Elle se joue également sur le terrain des budgets consacrés à la programmation notamment pour la production d'œuvres originales offertes en exclusivité. Les nouveaux joueurs comme Netflix échappent aux règles de la propriété canadienne et aux obligations de contribution aux fonds de soutien à la production de contenus canadiens. Ils ne prélèvent pas les taxes à la consommation sur l'abonnement de leurs services au Canada et ils pratiquent l'optimisation fiscale. La concurrence est déloyale et inéquitable. L'État est le seul à pouvoir faire obstacle aux stratégies d'évitement de ces entreprises.

La politique culturelle doit réaffirmer la double nature économique et culturelle des biens et services culturels. Le Québec doit engager l'ensemble du gouvernement à mener des actions qui favoriseront la consolidation et le développement des industries culturelles. À elle seule, la production cinématographique et télévisuelle au Québec représentait 1,6 milliard \$ et près de 34 000 emplois équivalents temps plein pour l'année 2014-2015. Cet apport économique important de la production professionnelle doit être encouragé à toutes les étapes : de l'idéation de l'œuvre jusqu'à son exportation. L'intervention de l'État est plus que jamais nécessaire pour accompagner les entreprises dans leur adaptation vers de nouveaux modèles d'affaires. À l'ère numérique, l'innovation et la prise de risques nécessitent des ressources considérables. La politique culturelle doit également contribuer à la découvrabilité des contenus et au développement des publics. Le Québec peut et doit agir.