



Montréal, le 18 décembre 2015

Madame Danielle May-Cuconato  
Secrétaire générale  
CRTC  
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Par le formulaire du CRTC

**Objet : Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467**

Madame la Secrétaire générale,

1. Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM), qui représente quelque cent producteurs actifs en production de contenu numérique de commande, de jeux, de convergence ou original sur les nouvelles plateformes, souhaite par la présente se prononcer sur l'appel aux observations mentionné en rubrique
2. Les membres du RPM sont des entreprises aux activités multiples, aussi multiples que les contenus, leur nature et leurs formes, et autant que les plateformes qui les diffusent et les distribuent dans l'univers numérique : webséries originales ou de commande, contenus de marque, design, conception web, commerce électronique, contenus éducatifs et ludo-éducatifs, productions transmédia, apprentissage en ligne (elearning), applications mobiles et jeux vidéo.
3. Ils sont des producteurs de contenu qui ont en commun l'utilisation des technologies numériques pour la conception et la diffusion, et qui consacrent à la production multimédia interactive une partie, ou la totalité, de leurs activités.
4. Pour financer leurs productions, ils ont appris à naviguer dans ce que le Conseil désigne, dans l'ACR 2015-467, comme « un modèle complexe de soutien financier direct et indirect ».
5. Le RPM a pour objectif d'assurer la présence du Québec dans l'écosystème numérique mondial de demain. Pour atteindre cet objectif, le RPM entend, entre autres initiatives, contribuer à la mise en place des politiques et des moyens de financement adaptés aux enjeux de l'industrie.
6. C'est dans cet esprit que le RPM participe à la consultation en cours.

---

**Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

## Sommaire exécutif

7. Dans ce document, le RPM répond à des questions contenues dans les trois premiers enjeux énoncés par le Conseil dans l'avis de consultation CRTC 2015-467, soit :
  - Contributions des FPIC à un système de télévision souple et tourné vers l'avenir
  - Critères de certification des fonds de production indépendants
  - Gouvernance des FPIC
8. Le RPM souligne que ses membres, les producteurs multimédias, sont depuis leurs débuts partie prenante du nouvel environnement numérique dans lequel le système de télévision évolue maintenant.
9. Ils détiennent une expertise et un savoir-faire qui relèvent de toutes les étapes du processus de réingénierie de l'écosystème de production et de diffusion sur les nouvelles plateformes.
10. C'est en tablant sur cette expertise et sur ce savoir-faire que le RPM formule dans ce document des observations et des recommandations qui visent à favoriser la contribution des producteurs multimédia au renforcement de l'industrie audiovisuelle canadienne dans son ensemble.
11. Dans le contexte de rapidité accrue et grande réactivité qui caractérise la plupart des industries aujourd'hui, mais en particulier l'industrie numérique, le RPM souhaite briser les silos entre les différents secteurs de la production et de la diffusion. En particulier au Québec, ces silos contribuent à entraver la libre circulation des idées et des expertises propices à accélérer le développement de la propriété intellectuelle, l'un des actifs les plus importants dans cette industrie de l'immatériel.
12. Dans le contexte actuel, il y a peu de place pour la production de contenu original numérique : l'industrie médiatique numérique était largement tributaire de l'industrie de la convergence, elle se retrouve contrôlée, pour une bonne part, par les télédiffuseurs canadiens. Les règles actuelles limitent le développement de productions de contenu original entièrement pensé pour les nouvelles plateformes.
13. Les recommandations et propositions du RPM :

Au chapitre des contributions des FPIC

  - Que les FPIC élargissent leurs objectifs de financement afin de favoriser les projets porteurs qui s'insèrent dans le plan de développement de l'entreprise qui le présente.
  - Que les FPIC permettent aux nouveaux formats qui font maintenant partie de l'univers audiovisuel, la vidéo linéaire, la vidéo interactive, les jeux et la réalité virtuelle, d'accéder à leurs programmes de financement.

---

### **Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

- En ce qui concerne la mesure du succès auprès de l'auditoire, le RPM considère que la mesure des productions numériques repose sur plusieurs paramètres et que l'industrie doit encore arriver à un consensus à ce sujet.
- Le RPM propose au Conseil d'examiner la possibilité de mettre en place des mesures incitatives qui favoriseraient le développement de projets pilotes associant plus étroitement les producteurs médiatiques numériques, les fonds de productions indépendants et les radiodiffuseurs, de la même façon qu'il a proposé des projets pilotes dans la politique Parlons télé.
- Le RPM croit qu'il est temps d'établir des mécanismes qui permettront d'assouplir les règles contrôlant le système de financement des contenus et de supprimer l'exigence concernant la conclusion d'une entente sur les droits de diffusion, comme le propose le Conseil.

#### Au chapitre des critères de certification des FPIC

- Le RPM souhaite que les FPIC puissent choisir des projets médiatiques numériques autonomes et ce, sans limite du total de leur contribution à ces projets. En conséquence, il recommande la suppression des critères de certification dans le cas des projets médiatiques numériques, soit :
  - La conclusion d'une entente de développement avec une entreprise de radiodiffusion autorisée ou sont liés à une production elle-même admissible à un financement ;
  - Si le fonds accepte des projets médiatiques numériques non liés à une émission de télévision, un maximum de 10% du fonds est consacré à leur financement.

14. Finalement, au chapitre des règles de gouvernance des FPIC, le RPM croit que le Conseil devrait entreprendre une analyse complète des règlements des FPIC avant de prendre quelle que décision que ce soit.

## Réponses aux questions de l'ACR 2015-467

### Contributions des FPIC à un système de télévision souple et tourné vers l'avenir

Q.1 Comment les FPIC peuvent-ils contribuer davantage à un secteur de production canadien plus robuste et bien capitalisé, mieux en mesure d'exploiter à long terme les occasions de revenus et de s'associer à des radiodiffuseurs ?

1. Le Conseil écrit dans l'ACR 2015-467 que les « FPIC sont essentiels au succès du futur système de télévision ».
2. Dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, Parlons télé, le Conseil précise sa vision de ce futur système :

*Au cours des prochaines années, les Canadiens poursuivront la transition d'une télévision programmée et de services de programmation en forfait **vers une télévision de plus en plus sur demande et plus personnalisée. Ils chercheront à mieux contrôler les émissions qu'ils regardent et accéderont à des vidéos sur un éventail toujours plus diversifié d'appareils**<sup>1</sup>. Ce nouvel environnement exigera que tous les joueurs du système de radiodiffusion, y compris les gouvernements et le Conseil, concertent leurs efforts en vue de trouver des approches nouvelles et innovatrices favorisant la création d'une programmation captivante et diversifiée.<sup>2</sup>*

3. Les membres du RPM sont partie prenante de ce nouvel environnement décrit dans la politique du Conseil. Par leurs collaborations avec la télévision traditionnelle, dans le cadre de productions de convergence comme de projets non liés à une émission de télévision, ils ont contribué au décloisonnement du système de radiodiffusion et l'ont aidé à transitionner vers le nouvel écosystème médiatique qui est en train de se mettre en place à l'échelle internationale.
4. Aujourd'hui, les frontières entre médias traditionnels et médias numériques sont de plus en plus floues, comme on le souligne dans cet article décrivant les tendances qui ont émergé au cours de la dernière conférence du MIPCOM à Cannes :

*Television is not just movies and TV series, but it's right next to games, right next to shopping, right next to social media, photos, personal videos, a whole bunch of things competing for consumer time and attention.*

*That's most obvious on smartphones and tablets, where YouTube, Netflix, BBC iPlayer and apps from individual networks such as HBO may sit side-by-side as homescreen icons. Yet the model is being ported to televisions too, whether through set-top boxes like Apple TV and Roku, or devices such as Google's Chromecast, which transmit video to the TV from the user's smartphone.*

---

<sup>1</sup> Nos soulignés

<sup>2</sup> Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467. En ligne : <http://goo.gl/qWi23G>

---

#### Regroupement des producteurs multimédia (RPM)

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

*When channels are replaced by apps, the boundaries between the traditional television industry and the world of digital content will be even more blurred. From The Walking Dead and The Great British Bake Off to YouTube stars like PewDiePie and The Diamond Minecart, it will all be watched on a screen of your choice, and it will all be called "television".<sup>3</sup>*

5. Pour le RPM, les frontières entre les différentes formes d'expression médiatique disparaîtront dans un « secteur de production canadien plus robuste et bien capitalisé, mieux en mesure d'exploiter à long terme les occasions de revenus », selon les termes du CRTC. Le succès de ce secteur reposera des projets porteurs, partie intégrante du plan de développement d'une entreprise qui saura manœuvrer entre différentes formes de collaboration, de cocréation et de financement pour assurer sa viabilité.
6. À terme, cela contribuera à consolider la place de la production canadienne dans le nouvel écosystème numérique, quelles que soient sa forme et la plateforme où elle est distribuée.
7. **Le RPM recommande que**, pour ce faire, les FPIC élargissent leurs objectifs de financement afin de favoriser les projets porteurs qui s'insèrent dans le plan de développement de l'entreprise qui le présente.
8. Par ailleurs, **le RPM recommande** que l'accès aux FPIC soit élargi aux nouveaux formats, soit la vidéo linéaire, la vidéo interactive, les jeux et la réalité virtuelle.
9. Les FPIC pourraient financer ces formats à la condition que ceux-ci relèvent des genres sous-représentés que sont les dramatiques, les documentaires, les émissions pour enfants et jeunes et les émissions de variétés et d'arts de la scène, afin de permettre à ces genres d'émissions de faire face aux défis particuliers de financement qu'ils représentent dans notre marché.

## Q.2 Quels obstacles empêchent actuellement les FPIC de contribuer à la réalisation de l'objectif susmentionné ou leur nuisent?

10. Depuis ses débuts, le RPM milite pour faire éclater les silos entre les différents secteurs qui agissent au sein de l'industrie des contenus audiovisuels : les radiodiffuseurs et les producteurs indépendants en sont les principaux acteurs, mais de plus en plus, d'autres acteurs s'imposent. Ainsi, maintenant que les contenus sont dématérialisés dans l'univers numérique, les frontières entre industries culturelles et technologiques s'estompent. Qui aurait pu imaginer, il y a dix ans seulement, qu'une librairie en ligne (Amazon), ou encore un moteur de recherche sur internet (Google), allaient devenir ces géants qui produisent et diffusent du contenu audiovisuel, entre autres activités.

---

<sup>3</sup> Key trends to watch from Mipcom: social TV, virtual reality and remaking classics, The Guardian, 9 octobre 2014. En ligne: <http://goo.gl/I2XpXC>

---

### Regroupement des producteurs multimédia (RPM)

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

11. L'objectif poursuivi par le RPM est de favoriser l'innovation et le rayonnement de l'industrie numérique au Québec et à l'échelle internationale, entre autres grâce au regroupement des compétences entre entreprises complémentaires et à la libre circulation des idées et des expertises propices à accélérer le développement de la propriété intellectuelle, l'un des actifs les plus importants dans cette industrie de l'immatériel.
12. Au Québec, les industries culturelles et technologiques continuent pourtant de fonctionner encore beaucoup trop en silos. Ainsi, le plan culturel numérique produit par le ministère de la Culture et des Communications du Québec en 2014 vise au premier chef à soutenir le passage au numérique des entreprises culturelles traditionnelles. Mais la majorité d'entre elles n'ont pas l'expertise nécessaire pour relever le défi technologique et les entreprises technologiques agissent le plus souvent comme simple fournisseurs de services de ces entreprises.
13. Les structures industrielles actuelles ne favorisent pas les collaborations et synergies entre ces deux secteurs. Il y a peu d'avantages pour les entreprises technologiques à servir le secteur culturel traditionnel : leur apport stratégique au développement des produits est très limité et la propriété intellectuelle des projets développés n'est pas partagée entre l'entreprise de service et l'entreprise culturelle.

Q.3 Comment les FPIC peuvent-ils encourager les producteurs canadiens à développer des stratégies et des mesures visant à améliorer leur participation dans :

- des coproductions et des coentreprises internationales;
  - la promotion;
  - la découverte de leurs productions en vue d'augmenter leurs auditoires;
  - la distribution internationale de leurs productions?
14. Cette question est au cœur des préoccupations des membres du RPM. Le développement d'un secteur de la production robuste et autosuffisant repose sur les éléments énumérés dans la question. Nous pensons en particulier aux stratégies de développement international (coproductions, coentreprises et distribution) : à notre avis, il reste encore beaucoup à faire pour que la production médiatique canadienne de langue française tire profit du marché constitué par les quelques 274 millions de personnes à travers le monde qui peuvent être définies comme francophones de façon certaine.<sup>4</sup>
  15. La question de la découvrabilité des productions médiatiques revêt une importance stratégique certaine pour les producteurs médiatiques numériques, eux dont les activités se déroulent inévitablement dans le très encombré univers numérique.
  16. Le RPM n'a pas de modalités précises à proposer pour permettre aux FPIC de soutenir le développement de telles stratégies. Nous prendrons connaissance avec intérêt de celles qui

---

<sup>4</sup> <http://www.francophonie.org/Estimation-des-francophones.html>

pourront être proposées par d'autres intervenants et réservons nos commentaires pour l'instant.

Q.5 Les FPIC devraient-ils tenir compte du succès auprès de l'auditoire lors du processus d'approbation d'un financement? Le cas échéant, comment les FPIC devraient-ils mesurer le succès auprès de l'auditoire?

17. En ce qui concerne les productions médiatiques numériques, il est encore difficile de mesurer précisément le succès auprès des auditoires.
18. Le Fonds des médias du Canada a développé, en consultation avec l'industrie, un « cadre de mesure du rendement en médias numériques » qui nous apparaît adéquat.
19. Toutefois, comme le souligne le document « Évaluation du Fonds des médias du Canada 2010-2011 à 2013-2014 »<sup>5</sup> rendu public par le Ministère du Patrimoine canadien le 14 décembre dernier, ce cadre souffrirait d'un « *manque de données fiables en ce qui concerne les auditoires des projets à contenu numérique financés par l'intermédiaire des volets convergent et expérimental.* »
20. Toujours selon ce document d'évaluation, « *le cadre de mesure du rendement des médias numériques doit être la première étape essentielle pour répondre à un besoin exprimé par l'industrie d'adopter une approche normalisée pour mesurer le rendement des médias numériques interactifs sur des plateformes autres que la télévision. Il serait bénéfique que ces travaux continuent.* »
21. Le RPM considère que la mesure le succès des productions numériques repose sur plusieurs paramètres et que l'industrie devra arriver à un consensus à ce sujet. Il sera intéressé de participer aux travaux qui pourront être entrepris en ce sens.

Q.6 Quelles mesures incitatives le Conseil pourrait-il adopter en vue d'augmenter et de promouvoir la création de productions en ligne? Quels obstacles liés au financement de productions en ligne, s'il en est, devraient être supprimés, et pourquoi?

22. Qu'est-ce qu'une production en ligne, dans ce nouvel environnement où toutes les productions audiovisuelles peuvent être accessibles en ligne (par exemple : émissions de télévision traditionnelle disponibles sur Tou.tv, l'application Illico de Vidéotron, les services OTT, etc.)?
23. Pour la nouvelle génération de consommateurs, il n'y a pas de différence entre ce qu'ils voient à la télévision ou ce qu'ils visionnent en ligne. Ils consomment du contenu à leur convenance, sans se soucier de son origine. De plus en plus, les contenus offerts par YouTube ou Netflix côtoient ceux proposés par la télévision traditionnelle sur les appareils

---

<sup>5</sup> Évaluation du Fonds des médias du Canada 2010-2011 à 2013-2014. Patrimoine canadien. Direction des services d'évaluation. En ligne : <http://goo.gl/9bbdAV>

utilisés pour le visionnement, qu'il s'agisse d'un poste de télévision connecté à l'internet, d'un téléphone intelligent ou d'une tablette.

24. En ce sens, la question ne devrait pas se poser en termes de « plus grand nombre de productions en ligne », mais plutôt en termes de « plus grand nombre de productions qui correspondent aux besoins et attentes du public d'aujourd'hui ».
25. L'un des objectifs du Conseil avec cette instance, est de favoriser la création d'un secteur plus robuste et bien capitalisé, et de permettre aux producteurs indépendants d'avoir les moyens de « s'engager dans le développement de concepts et de scénarios et dans la production et la commercialisation de multiples émissions canadiennes de grande qualité ».
26. Les membres du RPM sont pour la plupart de très petites entreprises sous-capitalisées qui doivent fonctionner de projet en projet. En outre, les productions canadiennes diffusées exclusivement en ligne ont accès à un nombre réduit de sources de financement, elles-mêmes assez limitées.
27. Afin de soutenir le développement et la viabilité de la production médiatique numérique, le RPM croit que les producteurs médiatiques numériques devaient être en mesure de s'engager dans une démarche consistant à se positionner comme des producteurs à part entière, autour de projets qu'ils auraient mis en œuvre et qu'ils porteraient entièrement, plutôt que d'agir uniquement à titre d'entreprise de service pour les plateformes traditionnelles.
28. Nous abordions cette question en 2008, au moment de la consultation du Conseil sur la radiodiffusion par les nouveaux médias (Avis CRTC 2008-11) :

*[L]es producteurs associés à la production multimédia contribuent déjà, indirectement et de diverses façons, à la création et à la distribution de contenu canadien de radiodiffusion. Mais ils sont souvent, à titre de sous-traitants, tributaires des besoins : des producteurs télé pour la réalisation des volets interactifs associés à des émissions; des portails des groupes médias ou de télécommunication (Sympatico, Canoe, Radio-Canada.ca, etc.) pour la production de contenus originaux offerts sur le Web; ou des annonceurs et agences de marketing pour des contenus commandités (branded content) proposés sur ces nouvelles plateformes.*

*Pour l'avenir, le RPM croit qu'il faut établir des mécaniques claires de financement pour mettre à contribution les nombreux producteurs de contenu multimédia (de commande, de convergence et original sur les nouvelles plateformes) pour offrir à la population canadienne une expérience riche dans des environnements de radiodiffusion de plus en plus interactifs.<sup>6</sup>*

---

<sup>6</sup> Instance publique sur la radiodiffusion canadienne par les nouveaux médias - Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2008-11. En ligne : <http://goo.gl/RbqByG>

---

**Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467



29. Le Conseil a proposé, dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86, une approche basée sur l'utilisation de projets pilotes qui permettront « *d'encourager les gouvernements et les agences partenaires à réfléchir à des approches plus souples et prospectives en matière de production et de financement d'émissions canadiennes de haut calibre* ». <sup>7</sup>

30. Au même titre que cette mesure annoncée par le Conseil veut contribuer au développement d'émissions dramatiques ou comiques en élargissant la définition de contenu canadien à titre expérimental, le Conseil pourrait prévoir des mesures incitatives qui favoriseraient le développement de projets pilotes associant plus étroitement les producteurs médiatiques numériques, les fonds de productions indépendants et les radiodiffuseurs.

Q.7 Quelle serait l'incidence sur l'ensemble de la création de contenu canadien de la suppression de l'exigence selon laquelle un producteur doit avoir conclu une entente sur les droits de diffusion? Par exemple, cela permettrait-il la création d'un plus grand nombre de productions en ligne?

31. L'exigence selon laquelle un producteur doit avoir conclu une entente sur les droits de diffusion a sa raison d'être dans l'environnement médiatique canadien encore dominé, en termes d'auditoire et de revenus, par les radiodiffuseurs traditionnels. Ils sont en première ligne en ce qui concerne l'analyse des goûts et des intérêts de leurs auditoires et possèdent les canaux de diffusion par laquelle les émissions peuvent atteindre ces auditoires.

32. Cela dit, cette situation est en train de se transformer rapidement. Les radiodiffuseurs traditionnels n'ont plus le monopole de l'analyse des besoins des auditoires et des canaux de diffusion que ceux-ci privilégient. Leur position dominante dans le système est en train de s'éroder.

33. À cet égard, on trouve dans le rapport d'évaluation du FMC des commentaires intéressants sur la convergence entre les secteurs de la télévision et des médias numériques, qui peuvent s'appliquer, dans une certaine mesure, à la situation des FPIC.

34. Ainsi, le rapport estime que la fusion du FCT et du FNMC a « *contribué positivement à favoriser la collaboration entre les secteurs de la télévision et des médias numériques et à encourager le développement d'un secteur indépendant de jeux vidéo* », mais qu'il « *est aussi possible que l'exigence du volet convergent pour une deuxième plateforme ait entraîné la réalisation de projets à valeur ajoutée minimale*.<sup>8</sup> »

35. Ce point est précisé plus loin dans le rapport :

---

<sup>7</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-86. Parlons télé. Aller de l'avant - Créer une programmation canadienne captivante et diversifiée. Par. 128. En ligne : <http://goo.gl/udnZt7>

<sup>8</sup> Évaluation du Fonds des médias du Canada 2010-2011 à 2013-2014. Patrimoine canadien. Direction des services d'évaluation. Page 52. En ligne : <http://goo.gl/9bbdAV>

---

#### **Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

*Ces points de vue ont aussi été exprimés lors des consultations tenues par le FMC en 2013, dans le cadre desquelles les intervenants ont généralement convenu que les exigences actuelles (qui obligent les radiodiffuseurs à attribuer un minimum de 60 pour cent de leurs enveloppes à des projets pour lesquels la composante contenu numérique à valeur ajoutée est prévue ou existante) ont donné lieu à la réalisation de certains projets de médias numériques convergents principalement pour satisfaire aux exigences d'admissibilité, avec des budgets très limités et des attentes de succès très faibles.<sup>9</sup> »*

36. Le RPM croit qu'il est temps d'établir des mécanismes qui permettront d'assouplir les règles contrôlant le système de financement des contenus et de supprimer l'exigence concernant la conclusion d'une entente sur les droits de diffusion comme le propose le Conseil.

Q.8 Quelle serait la meilleure manière de mesurer le succès eu égard à la réalisation d'un secteur de production canadien plus robuste, bien capitalisé et autosuffisant?

37. Dans une étude publiée par l'Alliance interactive canadienne en 2014, *Monétisation des médias numériques : tendances, observations clés et stratégies efficaces*<sup>10</sup>, on identifie les droits de diffusion et la vente de produits dérivés comme étant les principales façons de monétiser du contenu de médias numériques convergents ainsi que des séries web originales :

*Les producteurs de contenu convergent monétisent leurs propriétés intellectuelles (PI) par l'octroi de licence, par exemple, à des télédiffuseurs ou à des fabricants (notamment de jouets ou de vêtements). On cherche également à octroyer des licences à des développeurs d'applications tierces, entre autres pour des livres numériques interactifs pour les marchés de l'éducation et des enfants.*

(...)

*Selon les intervenants interrogés pour la présente étude, il est crucial de créer des possibilités de prolonger et d'approfondir l'engagement pour monétiser les extensions médias numériques de propriétés télévisuelles.*

*Une entreprise a souligné que, pour rentabiliser son application, il lui a fallu deux années de stratégies constantes de croissance de l'auditoire et d'engagement. À cet égard, l'étude avisée des données analytiques sur les utilisateurs revêt une grande importance. Une entreprise a indiqué que les ententes de licence et de commercialisation, qui représentent parfois jusqu'à 25 % des revenus globaux de certains projets convergents, constituent un moteur essentiel de l'engagement.*

---

<sup>9</sup> Évaluation du Fonds des médias du Canada 2010-2011 à 2013-2014. Patrimoine canadien. Direction des services d'évaluation. Page 57. En ligne : <http://goo.gl/9bbdAV>

<sup>10</sup> Monétisation des médias numériques : tendances, observations clés et stratégies efficaces. Alliance interactive canadienne. En ligne : <http://goo.gl/cCTD5W>

---

**Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

38. Comme cette description des diverses méthodes permettant de monétiser le contenu numérique le démontre, le succès du secteur de la production médiatique canadienne, quelle que soit son format et les plateformes où elle est diffusée, repose sur une combinaison de facteurs et de méthodes adaptés à la nature des productions et à l'environnement où elles évoluent.
39. Pour acquérir la robustesse souhaitée par le Conseil, le secteur de la production médiatique devra apprendre à naviguer à travers cette complexité et tirer le meilleur parti possible des différents mécanismes de monétisation. À la clé : le partage de la propriété intellectuelle entre les différents intervenants prêts à partager également les risques.
40. Le développement de la propriété intellectuelle fait partie des objectifs prioritaires du RPM. Pour atteindre ses objectifs, le RPM s'est doté d'une plateforme politique qui vise, au premier chef, à briser les silos et à favoriser l'innovation et le rayonnement regroupement des compétences entre entreprises complémentaires et à la libre circulation des idées et des expertises propices à accélérer le développement de la propriété intellectuelle.

## Critères de certification des fonds de production indépendants

Q.9 Les critères actuels de certification des fonds de production indépendants sont-ils toujours appropriés? Par exemple, aident-ils à favoriser un secteur de production canadien plus robuste, bien capitalisé et autosuffisant, ou, au contraire, constituent-ils des obstacles à la réalisation de cet objectif?

Q.10 Devrait-on apporter des modifications ou des ajouts aux critères en vue de réaliser l'objectif du Conseil susmentionné?

Q.11 En ce qui concerne le critère exigeant que la production atteigne huit points sur dix pour obtenir la certification de contenu canadien, comment ce critère pourrait-il être révisé afin de permettre davantage aux FPIC de participer aux projets pilotes annoncés par le Conseil dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-86?

Q.12 Quelle modification, s'il en est, devrait-on apporter aux sommes qui peuvent être allouées à des projets médiatiques numériques non liés à des émissions de télévision? Est-il même nécessaire de limiter le financement de ces types de productions?

Q.13 Le Conseil devrait-il modifier l'exigence actuelle selon laquelle une production, pour recevoir un financement, doit satisfaire au critère des huit points sur dix pour obtenir la certification de contenu canadien? Si c'est le cas, quel devrait en être le seuil minimal? Quel autre critère ne faisant pas partie du présent système de points peut-on prendre en compte eu égard au seuil minimal?

Q.14 La définition de « projet médiatique numérique » devrait-elle être modifiée? Quelles autres formes de production devraient être admissibles à recevoir du financement en vertu de ce critère?

Q.15 Le Conseil devrait-il surveiller et réexaminer périodiquement la certification des FPIC afin de s'assurer qu'ils se conforment aux politiques du Conseil et aux critères de certification?

41. Les réponses du RPM à cette section des questions posées par le Conseil sont toutes liées à un objectif : recommander la révision des critères de certification qui touchent les projets médiatiques numériques.

42. Dans le cadre actuel, les fonds indépendants sont certifiés par le CRTC si les projets médiatiques numériques choisis :

- Ont conclu une entente de développement avec une entreprise de radiodiffusion autorisée ou sont liés à une production elle-même admissible à un financement ;
- Si le fonds accepte des projets médiatiques numériques non liés à une émission de télévision, un maximum de 10% du fonds est consacré à leur financement.

43. **Le RPM recommande** la suppression de ces deux critères, afin que les fonds puissent choisir des projets médiatiques numériques autonomes et ce, sans limite du total de leur contribution à ces projets.

44. Les producteurs multimédias québécois ont une expertise reconnue à travers le monde en production médiatique numérique. Ils excellent dans divers formats, dont certains sont en phase avec les technologies numériques les plus novatrices.

---

### Regroupement des producteurs multimédia (RPM)

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

45. Le studio montréalais Turbulent, par exemple, a coproduit avec l'Office national du film du Canada (ONF) l'une des premières œuvres en réalité virtuelle (RV) offrant une expérience narrative et visuelle immersive de 20 minutes, *The Unknown Photographer*<sup>11</sup>. L'œuvre sera présentée en première américaine dans la section New Frontier du Festival du film de Sundance qui se déroule du 21 au 31 janvier 2016 dans l'Utah.
46. Le Canada a terminé au deuxième rang de la Coupe du monde des webséries, tout juste derrière la France, mais devant les États-Unis et l'Angleterre. Cette Coupe du monde était une compétition internationale qui s'est arrêtée dans plusieurs villes (Montréal, Berlin, Ustica, Marseille, Bilbao, Rio et Dublin). Une websérie québécoise s'est hissée au septième rang du palmarès général : *Projet M*, une œuvre de science-fiction en 10 épisodes.
47. Quand le Conseil avait décidé en 2010 de limiter à 10% par année la contribution maximale des EDR pouvant être versée à un ou plusieurs fonds de production indépendants, il avait expliqué que cette règle servirait à « *veiller à ce que le financement de projets néomédiatiques autonomes ne nuise pas indûment au financement de productions télévisuelles* »<sup>12</sup>.
48. Au cours de la consultation *Parlons Télé*, le Conseil a pu constater que le financement des productions télévisuelles est aujourd'hui extrêmement fragilisé de toute façon. Le Conseil en connaît bien les raisons, qui sont, entre autres : le déplacement du public vers les plateformes non réglementées, la diminution des revenus publicitaires de la télévision traditionnelle et un système de financement des émissions qui ne favorise pas la capitalisation d'un secteur de production canadien qui serait mieux en mesure d'exploiter de nouvelles occasions de revenus.
49. Dans ce contexte, il nous apparaît que les règles limitant le financement des productions médiatiques numériques par les fonds indépendants ne sont plus utiles.
50. **Le RPM recommande** donc d'éliminer ces critères de certification dans la politique du Conseil concernant les fonds indépendants de production.
51. En contrepartie, le RPM croit que le Conseil devrait s'assurer que les fonds travaillent avec des règles claires qui favoriseraient les entreprises de production et les projets, quelle que soit la plateforme qu'ils empruntent, qui présentent un grand potentiel d'exportation, ou encore un potentiel de revenus intéressant découlant par exemple de l'exploitation de produits dérivés, qui mettent en place des modèles d'affaires autonomes favorisant la récupération des investissements et l'abandon du modèle « par projet » dans certains cas. En somme les paramètres de sélection des fonds devraient privilégier les projets qui permettent d'assurer la pérennité des productions et la capitalisation des entreprises et

---

<sup>11</sup> Première américaine de l'expérience en RV de turbulent et de l'ONF le photographe inconnu au festival du film de Sundance 2016. En ligne : <http://goo.gl/ZR6n8v>

<sup>12</sup> Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-833. Contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion aux émissions canadiennes. En ligne : <http://goo.gl/l7n5xY>

---

**Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

auront des effets positifs sur la main-d'œuvre, le savoir-faire canadien et la compétitivité des entreprises sur les marchés internationaux.

52. Le RPM croit que le système de radiodiffusion canadien aurait tout intérêt à tirer profit de l'expertise et de la créativité des artisans et des producteurs de l'industrie numérique pour effectuer son virage numérique avec succès.
53. Les productions médiatiques numériques québécoises s'imposent de plus en plus dans l'univers numérique. Les producteurs médiatiques numériques sont en mesure de contribuer à redéfinir et réinventer la production audiovisuelle canadienne pour un système tourné vers l'avenir. Dans le contexte actuel, cependant, il y a peu de place pour la production de contenu original numérique : l'industrie médiatique numérique était largement tributaire de l'industrie de la convergence, elle se retrouve contrôlée, pour une bonne part, par les télédiffuseurs canadiens. Les règles actuelles limitent le développement de productions de contenu original entièrement pensé pour les nouvelles plateformes.

## Gouvernance des FPIC

Q.16 Les critères actuels relatifs à la composition du conseil d'administration et aux décisions de financement suffisent-ils pour s'assurer que les décisions des FPIC bénéficient à l'ensemble du système de radiodiffusion? Dans la négative, quels autres critères devrait-on adopter?

Q.17 Est-il approprié de continuer à certifier comme indépendants des fonds créés par des radiodiffuseurs ou des entités gouvernementales?

Q.18 Serait-il approprié d'exiger que les deux-tiers des membres du conseil d'administration soient indépendants des EDR et de leurs affiliés?

Q.19 Un « membre indépendant » devrait-il être défini comme un membre du conseil d'administration n'ayant aucun lien économique avec les EDR, les autres cotisants privés ou leurs affiliés? Dans la négative, quelle devrait être la définition de « membre indépendant »?

Q.20 Les membres du conseil d'administration devraient-ils être rémunérés afin d'assurer l'indépendance des FPIC? Dans l'affirmative, quelle devrait être la limite de cette rémunération?

Q.21 Compte tenu du rôle de fiduciaire des membres du conseil d'administration, devrait-on remplacer la référence à des « représentants des EDR », tel qu'énoncé dans l'annexe à la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-833, par une référence à des « personnes nommées par des EDR »?

Q.22 Quelles autres exigences, s'il en est, devrait-on imposer à un FPIC financé par une entité intégrée verticalement?

Q.23 Le Conseil devrait-il exiger que les postes de président directeur général et de directeur financier soient pourvus par des Canadiens indépendants des EDR, des autres cotisants ou de leurs affiliés, compte tenu du rôle clé que ces personnes jouent dans les activités quotidiennes d'un FPIC?

Q.24 Le Conseil devrait-il entreprendre une analyse complète des règlements des FPIC pour s'assurer de leur indépendance et qu'aucune partie n'exerce une influence déterminante sur les processus de prise de décision?

---

### **Regroupement des producteurs multimédia (RPM)**

Appel aux observations sur les politiques du Conseil relatives aux fonds de production indépendants certifiés – Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2015-467

Q.25 L'indépendance et la gouvernance d'un FPIC devraient-elles être réexaminées régulièrement? De quel type de modification dans la gouvernance d'un FPIC, s'il en est, le Conseil devrait-il être avisé?

54. Le RPM est tout à fait d'accord avec cette déclaration du CRTC dans l'ACR CRTC 2015-467:

*Les FPIC ont une incidence importante sur la production de programmation puisqu'ils contribuent de façon significative à la production d'une programmation diversifiée qui réponde aux besoins et aux intérêts eux-mêmes diversifiés des Canadiens. Afin d'assurer que le financement de la programmation canadienne profite à l'ensemble du système de radiodiffusion, les FPIC doivent être indépendants de leurs cotisants.*

55. Les questions posées par le Conseil au sujet des règles de gouvernance des FPIC sont relativement techniques. Elles présupposent différents scénarios quant à la composition des conseils d'administration des FPIC et des effets de cette composition sur leurs décisions.

56. Étant donné que le Conseil souligne lui-même dans l'ACR qu'"il n'existe présentement aucune mesure garantissant que la composition du conseil d'administration demeure appropriée à la suite de la certification. (...)" et que "Finalement, aucun processus n'est en place pour s'assurer que le financement versé par les FPIC continue à servir l'ensemble du système de radiodiffusion", le RPM croit que le Conseil devrait entreprendre une analyse complète des règlements des FPIC avant de prendre quelle que décision que ce soit à ce chapitre, comme il le propose à la question 24.

57. En ce qui concerne les autres questions posées par le Conseil dans l'Avis de consultation 2015-467, nous examinerons avec attention les autres mémoires déposés et ferons les commentaires qui nous apparaîtront les plus appropriés, le cas échéant.

58. Nous vous remercions de l'attention que vous porterez à notre intervention.

59. Toute correspondance peut être acheminée par courriel à l'adresse info@rpm-qc.com.

60. Veuillez recevoir, Madame la Secrétaire générale, l'expression de nos sentiments distingués.

Le président du conseil d'administration,

  
Alexandre Gravel

\*\*\* FIN DU DOCUMENT \*\*\*