

Allocution de Louis Roquet, Président du conseil d'administration (Fonds des médias du Canada)

Déjeuner-causerie de l'Académie

Le 20 avril 2010

Le changement... une occasion de croissance

Bonjour,

Après une année de collaboration et de consultation avec l'industrie et nos bailleurs de fonds, et après un examen minutieux des priorités divergentes au sein de l'industrie, le Fonds des médias du Canada a démarré ses activités le 1^{er} avril dernier.

Lorsque nous avons présenté la nouvelle organisation, le 26 mars, j'ai mentionné que les innovations en matière de technologie dans le domaine des médias et des communications, et la révolution qu'elles entraînent dans le comportement des Canadiens face à la consommation de contenus sont des facteurs qui changent la donne pour notre industrie.

Le forum Canada 3.0 2010 qui aura lieu dans quelques semaines a établi un objectif ambitieux pour l'industrie des médias numériques du Canada – faire en sorte « que tout citoyen puisse faire tout ce qu'il souhaite en ligne au Canada d'ici 2017 ». Avec la diversification rapide des plateformes et des applications offertes, la quantité de contenu disponible est colossale, et la concurrence pour obtenir l'attention des consommateurs devient de plus en plus féroce.

Pour beaucoup de Canadiens, le temps où l'on ne faisait ou ne regardait qu'une chose à la fois est bien révolu. Les consommateurs d'aujourd'hui naviguent sur Internet pendant qu'ils regardent leur émission favorite à la télé. Ils envoient des textos à leurs amis tout en jouant à un jeu et en écoutant de la musique à l'aide d'applications multiples sur leur iPod, et cela, pendant qu'ils marchent sur la rue (une combinaison dangereuse, si vous voulez mon avis).

Aujourd'hui, les consommateurs échangent entre eux par des moyens nouveaux, uniques, et certainement très intéressants. Ils créent leur propre contenu en captant sur vidéo les événements qui se déroulent devant eux, puis diffusent ce contenu quasi instantanément dans la « twittosphère ». Ils participent à des expériences MP3 et à des « rassemblements éclair » grâce aux baladodiffusions qu'ils téléchargent.

Il existe plusieurs rapports, avec des résultats statistiques parfois divergents, sur la popularité comparative des contenus pour la téléphonie mobile, sur Internet ou à la télévision, et il ne fait aucun doute que ces chiffres, quels qu'ils soient, sont intéressants et utiles. Mais nous ne pouvons rester à rien faire pendant que nous soupesons le pour et le contre de l'exploitation de multiples plateformes. À mesure que la technologie avance, qu'elle continue d'évoluer, nous devons, ensemble, nous adapter en tant qu'industrie.

Sur la voie de cette adaptation à notre nouvel environnement, nous aurons des obstacles à surmonter, mais en même temps, nous bénéficions d'une occasion de croissance. Et nous devons la saisir.

Le FMC encouragera les producteurs de contenu canadien à tirer parti de cette occasion de croissance par ses deux volets de financement : le volet expérimental et le volet convergent.

Le volet expérimental du FMC a pour but de favoriser l'innovation dans les médias traditionnels en soutenant le développement d'applications logicielles et de contenus médias numériques d'avant-garde et interactifs.

Par ce volet, nous appuierons des projets originaux, non linéaires, qui pourraient prendre la forme d'applications pour le Web et la téléphonie mobile, de jeux vidéo, de séries en ligne (ou « webséries ») et d'applications logicielles liées au milieu culturel canadien.

L'enveloppe budgétaire allouée au volet expérimental s'élève à 27 millions de dollars et l'aide financière prendra la forme d'une participation au capital dans les projets.

Les décisions de financement seront rendues en vertu d'un processus sélectif basé sur les critères énoncés dans les Principes directeurs du volet expérimental.

Le volet convergent du FMC soutiendra – comme son nom l'indique – des projets fondés sur une convergence des contenus télévisés et des contenus médias numériques.

Par ce volet, nous veillerons à ce que les Canadiens puissent non seulement regarder des émissions canadiennes où et quand ils le veulent, mais aussi profiter d'un contenu canadien riche, novateur et original apportant un complément à leur expérience télévisuelle.

La majorité des fonds du volet convergent seront octroyés aux producteurs par l'entremise du Programme des enveloppes de rendement – semblable au système des « enveloppes de rendement des télédiffuseurs » du Fonds canadien de télévision – un programme qui encourage les partenariats entre les télédiffuseurs, les producteurs de télévision et les producteurs de médias numériques.

Dans ce Programme, les télédiffuseurs disposeront d'une flexibilité accrue. D'abord, les productions réalisées à l'interne par des télédiffuseurs et par des entreprises affiliées pourront bénéficier d'une aide financière. Cette aide sera cependant limitée à 7,5 % de leur Enveloppe de rendement documentaire et à 15 % pour tous les autres genres admissibles.

Deuxièmement, la marge de manœuvre dont disposeront les télédiffuseurs pour l'attribution du financement selon les genres sera de 50 %.

Enfin, les droits de diffusion payés par les services de VSD titulaires d'une licence du CRTC seront admissibles aux fins de l'atteinte des exigences-seuil pour les licences de diffusion.

Par l'entremise des programmes du volet Convergent, nous soutiendrons la production de dramatiques, de documentaires, d'émissions jeunesse, et de variétés et arts de la scène dans toutes les régions du Canada, et ce, en français, en anglais et en langues autochtones. De plus, nous lancerons un programme qui soutiendra la croissance du contenu canadien exprimant la diversité des langues parlées au Canada.

Dans le marché francophone, nous avons augmenté les fonds alloués aux émissions jeunesse de 14,9 % à 17 % du financement du Programme des enveloppes de rendement. Nous avons également augmenté l'enveloppe de la mesure incitative pour la production régionale québécoise de langue française de 800 k\$ à 1 M\$. Et nous appuierons la croissance d'une programmation de langue française qui reflète les cultures francophones hors Québec.

Globalement, par l'entremise de ses deux volets de financement, Expérimental et Convergent, le FMC consacra cette année plus de 114 M\$ au développement et à la production de projets en langue française pour la télévision et d'autres plateformes médias numériques.

Le programme 2010-2011 du FMC est maintenant en marche, mais pour nous, il n'est pas question de repos et nous avons tourné notre regard vers l'avenir. Voyons ce qui s'en vient.

Nous sommes en pleine campagne pour informer les requérants potentiels partout au pays et nous assurer qu'ils comprennent bien les objectifs de nos politiques et les critères de nos programmes – une séance d'information est d'ailleurs prévue à Montréal le 27 avril, juste avant la conférence de l'APFTQ.

Nous élaborons présentement un cadre pour nos prochaines consultations avec l'industrie concernant plusieurs enjeux essentiels qui orienteront notre prise de décisions pour le programme de 2011-2012.

À mesure que nous progresserons dans cette démarche, nos décisions seront guidées par les six principes directeurs inclus dans notre entente de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien, qui exigent du FMC qu'il axe ses efforts sur la durabilité de l'industrie, qu'il soit un catalyseur des forces du marché, qu'il adopte une approche fondée sur l'innovation, qu'il rajuste son programme de façon continue, qu'il s'adapte à l'évolution des conditions du marché et qu'il procède à une gestion intelligente du changement.

Nous avons défini deux priorités pour le premier trimestre du FMC.

La première priorité sera d'ajuster le calcul des enveloppes de rendement en fonction d'un environnement multiplateforme, et d'annoncer les changements à l'industrie le plus tôt possible, afin que les diffuseurs puissent modifier en conséquence leurs décisions d'octroi de licences. Dans cette démarche, soyez assurés que nous prendrons soin de ne pas mettre en péril les réussites de la télévision de langue française, mais plutôt de bâtir sur son succès. Quatre enjeux devront être examinés.

Premièrement, nous devons élaborer une méthodologie pour mesurer les audiences de la vidéo sur demande, du contenu en ligne et des plateformes mobiles.

Deuxièmement, nous devons revoir les facteurs qui servent actuellement au calcul des enveloppes de rendement et déterminer quels changements apporter. En particulier, nous devons créer des incitatifs qui amèneront les diffuseurs à octroyer des licences pour des contenus riches, à valeur ajoutée, destinés aux plateformes numériques.

Troisièmement, puisque le FMC a comme directive d'accroître les audiences des productions originales aux heures de grande écoute, cette directive sera prise en considération dans l'ajustement du calcul des enveloppes de rendement.

Quatrièmement, en vertu de la directive visant à s'assurer que le contenu canadien fasse l'objet d'un marketing et d'une promotion efficaces, le FMC examinera comment ces dépenses peuvent être intégrées au calcul des enveloppes de rendement.

Notre deuxième priorité sera de mettre au point le processus de sélection des projets dans le volet expérimental, ainsi que d'établir les paramètres qui détermineront notre participation au capital dans les projets choisis.

Nous convoquerons de nouveau le groupe de consultation national, et après notre premier trimestre nous tiendrons des séances avec des intervenants de partout au pays pour examiner d'autres améliorations possibles aux programmes du FMC. Par exemple, le FMC devra réviser ses mécanismes actuels en vue d'assurer le financement de projets en langue anglaise dans toutes les régions du Canada, y compris les projets en langue anglaise provenant du Québec.

Notre objectif est de publier les lignes directrices du programme 2011-2012 en décembre prochain.

Nous continuerons de faire rapport à nos intervenants sur les résultats de notre financement, de façon régulière sur notre site Web ainsi qu'au moyen de notre rapport annuel. Nous produirons aussi un nouveau rapport fournissant des données détaillées sur l'audience pour chaque projet que nous finançons. Nous vous encourageons activement à nous faire part de vos commentaires sur la pertinence de nos outils de communication.

Tous les trimestres, nous continuerons de rencontrer nos bailleurs de fonds pour renforcer nos liens et travailler en vue du renouvellement du fonds d'ici la fin de l'exercice en cours.

Avec plus de 350 millions de dollars de financement disponible pour les producteurs de contenu canadien, le FMC permettra aux industries canadiennes de la production et de la diffusion de saisir l'occasion qui s'offre à nous, et de la mettre à contribution pour la poursuite de votre succès.

Je voudrais remercier les membres de l'industrie, ici à Montréal, au Québec et dans l'ensemble du Canada pour votre contribution au lancement du FMC. Nous vous sommes reconnaissants de votre participation et de votre apport à mesure que nous avançons.

Je ne suis pas le seul représentant du FMC ici aujourd'hui : Valerie Creighton, présidente et chef de la direction du FMC, et Stéphane Cardin, vice-président, industrie et affaires publiques, sont tous deux présents et sont disponibles pour répondre à vos questions.

Je souhaite remercier nos bailleurs de fonds de leur soutien et l'Académie de m'avoir offert cette occasion de m'adresser à vous.