



Commentaires du RPM au sujet du Projet de Politique de développement culturel 2017-2022 de la Ville de Montréal

Introduction

Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) représente les créateurs de contenu numérique du Québec, actifs en production de commande, de jeux, de convergence ou originale sur les plateformes numériques. Selon les dernières données disponibles, les membres du RPM génèrent un volume de production annuel de plus de 210 millions de dollars et entre 2500 et 3000 emplois directs.

Le RPM est la voix des créateurs numériques et contribue au croisement des expertises et des réseaux, ainsi qu'à la synergie entre ressources et savoir-faire de production et de diffusion. Initiateur des PRIX NUMIX (www.numix.ca), le seul concours et gala annuel dédié exclusivement à l'excellence des contenus pour les médias numériques du Québec, le RPM vise également à appuyer la visibilité des producteurs québécois sur les marchés internationaux et à présenter au grand public le travail des créateurs d'ici.

Finalement, le RPM entend favoriser la rencontre entre toutes les formes d'expression médiatiques engendrées par le numérique.

Les membres du RPM sont fortement ancrés dans la réalité numérique qui domine aujourd'hui tous les secteurs de la société et sont des acteurs actifs de la nouvelle économie numérique. Les créateurs de contenu numérique réécrivent quotidiennement l'histoire de la production culturelle d'ici en innovant tant au plan de la production et de la diffusion des contenus, que de celui des modèles d'entreprise et de la relation de plus en plus interactive avec les consommateurs. Ils ont, en quelque sorte, vécu la révolution numérique de l'intérieur !

Pour toutes ces raisons, nous avons pris connaissance du *Projet de Politique de développement culturel adaptée à l'ère numérique* de la Ville de Montréal avec beaucoup d'intérêt.

Vous trouverez dans les pages qui suivent nos commentaires au sujet de ce projet de politique. Nos commentaires portent en particulier sur le premier chantier transversal : L'entrepreneuriat culturel et créatif afin de pérenniser la création et sur le deuxième chantier transversal : Le numérique au service de l'expérience culturelle du citoyen.

Premier chantier transversal : L'entrepreneuriat culturel et créatif afin de pérenniser la création

Mobilisation d'acteurs divers et maîtrise du potentiel du numérique

Les membres du RPM sont des entrepreneurs en technologie mais également des producteurs culturels. Il est difficile de les caser dans un secteur traditionnel précis justement parce que leurs activités relèvent de la nouvelle économie numérique et se font en dehors du cloisonnement traditionnel.

Voilà pourquoi le RPM se positionne comme acteur majeur du changement et de l'innovation dans l'écosystème numérique et s'est donné pour objectif de renforcer la collaboration entre les entreprises culturelles, les entreprises technologiques et la communauté d'affaires québécoise.

Le RPM se préoccupe en priorité de solidifier les assises de son industrie afin de soutenir la créativité numérique et son rayonnement. À cet égard, le premier chantier transversal, « L'entrepreneuriat culturel et créatif afin de pérenniser la création », est en adéquation parfaite avec cet objectif.

Nous trouvons donc très encourageant de trouver ces deux objectifs dans le projet de politique de la Ville en matière de soutien à l'entrepreneuriat culturel :

- La mobilisation des entreprises culturelles et créatives, les institutions, ses partenaires publics et le milieu des affaires dans la recherche de solutions innovantes;
- Une meilleure maîtrise du potentiel numérique comme plateforme de création, de diffusion, de promotion et d'exportation pour assurer le développement pérenne du milieu culturel.

Le RPM a organisé au cours des dernières années diverses activités de mobilisation des acteurs clés (diners-conférences, living labs, journée startup) qui ont favorisé le maillage d'entreprises, les partenariats, le partage d'expertises et l'interdisciplinarité.

Toutes ces initiatives ont été rendues possibles grâce à une entente triennale intervenue entre le RPM et la Direction du développement économique la Ville de Montréal, avec la contribution de partenaires des milieux culturels, gouvernementaux et des affaires. Elles s'inscrivent en ligne droite avec l'objectif 1 du premier chantier, soit : « Décupler l'impact des accompagnements aux industries culturelles par une collaboration dynamique entre les Services de la culture et du développement économique. »

La dernière activité en date, le [Forum Culture + Numérique 2017](#), se déroule les 21 et 22 mars 2017 à Shawinigan. Ce rendez-vous réunit les principaux acteurs des industries québécoises de la culture et de la créativité autour des enjeux particuliers du numérique. Les discussions serviront à formuler des actions structurantes visant à alimenter et à guider les réflexions sur les plans industriels, institutionnels et politiques.

La Ville « s'engage à mettre en place un environnement favorable à la créativité entrepreneuriale des artistes, des organismes et des entreprises », peut-on lire dans le

Projet de politique. Forts de la réflexion entreprise au cours des dernières années avec ces activités réunissant divers acteurs de la culture et de l'entrepreneuriat, nous souhaitons souligner deux axes d'intervention, parmi ceux proposés par la ville, qui nous semblent particulièrement porteurs et devraient être traités en priorité soit :

- Assurer un environnement favorable et des ressources adaptées à l'optimisation des modèles d'affaires en explorant notamment les nouvelles approches de la mutualisation des services;

et

- Favoriser la collaboration des milieux artistiques et des affaires au-delà de la philanthropie, dans la recherche de modèles d'affaires innovants.

La mutualisation est une solution intéressante à plus d'un égard pour les entreprises culturelles, souvent limitées dans leur capacité à réaliser et commercialiser des projets numériques d'envergure, en particulier en ce qui concerne les ressources nécessaires pour la distribution et la promotion de leurs œuvres, comme la mise en place d'une stratégie sur les médias sociaux ou le déploiement d'une pratique de mise en marché sur les plateformes numériques. La mutualisation des ressources clés fera d'ailleurs l'objet de l'un des ateliers de discussion du Forum Culture + numérique 2017.¹

Par ailleurs, le RPM ne peut que se réjouir de lire que la Ville entend « stimuler la recherche de modèles innovants en favorisant un plus grand rapprochement entre les milieux des arts et des affaires », et qu'elle « réévaluera les critères d'admissibilité à ses programmes d'aide afin de rendre admissibles les projets souvent atypiques et innovants issus de ces nouvelles pratiques en gestion culturelle ».

Au RPM, nous croyons au potentiel des rapprochements entre les secteurs créatifs et les autres secteurs industriels. Cela dit, et nous l'avons souligné dans notre mémoire déposé dans le cadre du renouvellement de la politique culturelle du Québec², les industries culturelles et technologiques continuent de fonctionner encore beaucoup trop en silos. Les entreprises culturelles traditionnelles n'ont pas, dans bien des cas, l'expertise nécessaire pour relever les nouveaux défis technologiques, tandis que les entreprises technologiques agissent souvent comme simple fournisseurs de services, mais les structures actuelles ne favorisent pas les collaborations et synergies entre ces deux secteurs. Certaines entreprises novatrices ont pourtant réussi à développer un modèle hybride où innovation technologique et création de contenus numériques se côtoient et s'enrichissent mutuellement³.

¹ *Mutualiser les ressources clés: comment encourager la mise en commun de nos efforts pour élever notre niveau d'expertise commune?*

² http://rpm-qc.com/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/93_2016-09-07.PDF

³ Un bon exemple à cet égard : la compagnie [Turbulent](#), qui en plus d'offrir des services de création vidéo, développe avec son équipe de codeurs ses propres technologies comme HEAP, un CMS qui permet de monétiser des contenus, de vendre des biens numériques ou physiques, de faire de la pré-vente ou encore de lancer sa propre campagne de sociofinancement.

Peter Tullin, cofondateur de REMIX, une plateforme qui explore l'intersection entre la culture, la technologie et l'entrepreneuriat, écrivait dans *The Guardian* : « Les meilleures idées au monde sont en train d'émerger à l'intersection de la culture, de la technologie et de l'entrepreneuriat. Actuellement, le rythme d'innovation dans chacun de ces secteurs pris séparément est effréné – alors, combinez ces tendances, remixez-les, harmonisez-les, et les perspectives deviennent exaltantes. [...]. À mesure que l'innovation, la culture et l'entrepreneuriat deviennent de plus en plus interconnectés, nous assisterons à la montée de l'entrepreneur culturel capable de tricoter ces différents univers ensemble. Il y a certainement suffisamment de possibilités et d'enjeux nécessitant des solutions créatives à l'échelle mondiale, nationale et locale. »⁴

L'importance de la veille et de la concertation

La Ville indique également dans son Projet de politique qu'elle entend offrir « un accompagnement aux industries culturelles confrontées aux défis du numérique, en particulier la musique et l'audiovisuel, par une veille des meilleures pratiques et une représentation forte auprès des autres paliers de gouvernement ».

On le sait, les environnements d'affaires et des milieux culturels, en particulier en matière de création numérique, se transforment de manière accélérée. Les entrepreneurs et les créateurs peinent à se maintenir à jour en ce qui concerne les dernières tendances et les innovations les plus intéressantes, mais également en termes d'analyse des enjeux qui les confronteront à des choix stratégiques. Dans ce contexte, la veille, de même que la représentation auprès des autres paliers de gouvernement, nous apparaissent comme des activités particulièrement utiles et d'importance stratégique.

Autant que possible, à notre avis, il faudrait favoriser la circulation rapide de l'information ainsi recueillie, tant au plan des innovations et meilleures pratiques, que des initiatives et outils développés par les divers paliers de gouvernement, afin, entre autres, d'éviter les dédoublements.

Comité sur l'industrie de l'audiovisuel

On peut lire dans le Projet de politique que la Ville souhaite « assurer le dynamisme de la filière audiovisuelle, notamment en vue d'ajuster la stratégie et le plan d'action municipal d'appui à l'industrie de la production audiovisuelle », en activant le Comité sur l'industrie de l'audiovisuel composé d'acteurs crédibles et engagés du milieu. »

Comme le signale le Projet de politique, la filière audiovisuelle est constituée d'entreprises de production et de diffusion, de studios d'animation, d'effets visuels et de jeux vidéo. Mais elle est également constituée d'entreprises hybrides, membres du RPM, qui produisent des contenus audiovisuels tant pour la télévision traditionnelle que pour le Web.

Nous croyons que leur expertise et leur expérience, en matière de diffusion et de distribution ailleurs que sur les écrans traditionnels, ainsi que leur maîtrise des nouvelles

⁴ *The Guardian* (2012), *Culture professionals network, Why cultural entrepreneurship is a win-win scenario for the sector*. En ligne: <https://goo.gl/6mZl0x>

formes d'écriture et de production devraient être utiles aux travaux de ce comité et nous recommandons qu'un représentant du secteur des médias numériques en fasse partie.

Deuxième chantier transversal : le numérique au service de l'expérience culturelle du citoyen

La Ville comme un incubateur propice aux expérimentations

La Ville veut, avec ce chantier, « s'assurer que le territoire de la Ville devienne un espace de création et un laboratoire propice à l'expérimentation ».

« Montréal est une ville du savoir », écrit-on dans le Projet de politique, « avec ses universités, ses centres de recherche et ses collèges. Véritables pépinières de talents, ces institutions du savoir sont très actives dans leur mission en recherche et en développement. La culture scientifique et technique fait maintenant partie intégrante du paysage culturel montréalais. Le positionnement de Montréal comme ville leader en créativité numérique bénéficiera d'une étroite collaboration entre les milieux de la culture, du savoir et les industries qui ont fait de la métropole une ville incontournable dans le secteur des jeux vidéo et des effets visuels. »

Nous sommes d'accord avec cette affirmation : les entreprises numériques représentées par le RPM sont souvent des collaborateurs de premier plan pour le milieu de la recherche et les échanges et collaborations entre ces deux milieux sont mutuellement bénéfiques.

Cependant, nos entreprises sont généralement de petite taille et ont parfois de la difficulté à interagir avec le milieu universitaire qui se retrouve souvent en position de force. Plus souvent qu'autrement, c'est ce milieu qui impose ses programmes de recherche aux PME. En outre, les PME ne conservant pas les droits de la propriété intellectuelle, tandis que le travail réalisé est souvent plus d'ordre théorique ou de prototypage avancé, le retour sur investissement est très limité pour une PME, tout comme, en conséquence, l'intérêt à s'embarquer dans un partenariat avec le milieu universitaire.

La Ville annonce son intention, pour stimuler de façon structurante l'éclosion des espaces de recherche, de « favoriser les maillages entre les milieux des arts, du savoir et les industries culturelles et créatives ».

Afin que ces maillages soient vraiment solides et bénéfiques pour toutes les parties impliquées, nous recommandons qu'on évalue au préalable les conditions propices qui permettraient à chacune de pleinement tirer profit des expérimentations qui en résulteraient.

La littératie numérique

Dans son mémoire déposé dans le cadre du renouvellement de la politique culturelle du Québec, le RPM a répondu ainsi à la question « Comment mieux soutenir le potentiel créatif des jeunes et leur engagement en faveur de la culture ? » :

Les enfants d'aujourd'hui apprennent à coder en jouant à Minecraft et à créer en produisant leurs propres chaînes sur YouTube. Leur culture passe par YouTube et les autres médias sociaux qui leur permettent de rester connectés (Instagram, Snapchat,

Twitter, etc.), et non plus par la télévision comme ce fut le cas pour les générations précédentes.

Au RPM nous sommes particulièrement soucieux d'assurer la pérennité de la préférence historique des publics québécois pour les contenus fabriqués chez eux. Ses membres agissent quotidiennement avec ces nouvelles plateformes fréquentées par les jeunes et possèdent une expertise certaine dans ce domaine.⁵

Ce qui nous intéresse à ce chapitre, c'est en particulier la proposition de la Ville d'intégrer un laboratoire média, à la fine pointe de la technologie, dans le projet de réhabilitation de la Bibliothèque St-Sulpice en une bibliothèque spécifiquement dédiée aux adolescents.

En plus de permettre de renouveler, grâce à ces nouvelles formes de médiation culturelle, l'attachement du public pour le produit culturel d'ici, nous y voyons un bon moyen d'intéresser les nouvelles générations à découvrir toutes les possibilités du numérique et, ultimement, à assurer la relève dans un secteur fréquemment en pénurie de main d'œuvre qualifiée.

Conclusion

Quand le RPM a conclu son entente triennale avec la Ville de Montréal fin 2014, cela s'est fait sous l'égide de la Direction du développement économique de la Ville, dans un objectif de soutien au développement de l'entrepreneuriat et à l'essor de l'industrie du multimédia.

2016 marquait la deuxième année de l'entente et le principal objectif a été de consolider les activités qui ont été mises en place la première année grâce au soutien de la Ville. Les différents événements tels que les Rendez-vous et le JAM 360 ont réuni les acteurs clés des différents secteurs de la production des médias numériques de Montréal tout en favorisant le réseautage et le partage du savoir-faire dans un esprit de collaboration et de développement d'affaires.

L'une de ces activités en particulier illustre bien comment culture, technologie et entrepreneuriat peuvent s'allier et faire rayonner la production d'ici : la vitrine numérique [Numa.media](http://numa.media).

Numa propose une série de reportages qui font découvrir des expériences numériques réalisées au Québec, en donnant la parole à ses créateurs.

Tous les articles et les reportages vidéo du Numa.media sont sous licence Creative Commons, pour permettre aux médias qui le désirent de participer au rayonnement des produits et du savoir-faire unique de l'industrie numérique du Québec. En 2016, des partenaires média de taille comme le Huffington Post et Canoe.ca ont diffusé des reportages vidéo sur des projets innovateurs comme le jeu en réalité augmentée « The Black Watchmen », lauréat du Grand Prix Start-up NUMIX 2015, ou encore « Foresta Lumina », un fabuleux parcours forestier imaginé par Moment Factory et gagnant d'un Numix 2015. La programmation aborde des sujets aussi variés et passionnants que l'application « AmpMe », la websérie « L'Écrivain public », l'expérience de réalité augmentée « Kurios », l'exposition

⁵ http://rpm-qc.com/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/93_2016-09-07.PDF

immersive «Façonner l'avenir» et la youtubeuse Noémie Lacerte. Tous les projets présentés ont comme dénominateur commun l'originalité, la qualité et l'innovation. Numa.media contribue ainsi à faire reconnaître qu'un produit multimédia est un produit culturel.

La Ville de Montréal a déjà démontré, grâce au succès du Quartier des spectacles, à quel point miser sur la synergie entre la technologie, l'innovation et la culture pouvait faire partie d'une stratégie gagnante pour revitaliser un secteur.

La Politique de développement culturel 2017-2022 de la Ville de Montréal sera un succès si elle maintient la volonté de miser sur ces éléments exprimée dans le Projet.

La sphère d'intervention des membres du RPM se situant au croisement de la créativité, de la culture, de la technologie et du commerce, nous serons heureux d'y contribuer.

Le président du conseil d'administration,

Alexandre Gravel