



Regroupement
des producteurs
multimédia

Comptoir postal Saint-André, boîte postale 32029
Montréal (Québec) H2L 4Y5
(514) 813-3586 – www.rpm-qc.com

Montréal, 11 juillet 2008

Secrétaire général
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)
Ottawa (Ontario)
K1A 0N2

Par télécopieur au 819-994-0218

Objet : Questions en vue d'une consultation sur la radiodiffusion dans les nouveaux médias pour une audience future - Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-44

Mesdames, Messieurs,

Veillez trouver ci-après, les questions que le Regroupement des producteurs multimédia aimerait que le Conseil aborde dans le cadre d'une audience future sur la radiodiffusion dans les nouveaux médias.

1. Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) a été créé en 2000 sur les bases de l'ancienne Association des producteurs en multimédia du Québec (APMQ) qui elle fut fondée en 1997. Le RPM représente les acteurs de l'industrie québécoise de la production multimédia, qu'ils soient actifs en production de contenu de commande, de convergence ou original sur les nouvelles plateformes.
2. Compte tenu de l'importance de l'audience à venir et des décisions qui en découleront, nous croyons essentiel, dans un premier temps, de bien définir qu'est-ce qu'on entend par du *contenu canadien de radiodiffusion pour les nouveaux médias* ? S'agit-il par exemple de contenu exclusivement audiovisuel diffusé sur les nouvelles plateformes ou parle-t-on également de contenu multimédia (texte, images fixes et animées, fichiers audio et vidéo) proposé dans des environnements pleinement interactifs ?
3. Compte tenu du transfert de la consommation des médias dits traditionnels vers les nouveaux médias, comment peut-on s'assurer que les Canadiens et Canadiennes aient accès à du contenu canadien de qualité sur les nouvelles plateformes ?

PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE



Une compagnie de Quebecor Media



Radio-Canada.ca

PARTENAIRES DE SERVICES



Société de
comptables agréés

GLOBALLEX
L'ESPRIT TRANQUILLE
ASSURANCES ET SERVICES FINANCIERS



LUSSIER
KHOUZAM
DROIT DES ARTS ET DES COMMUNICATIONS



4. Compte tenu de la grande perméabilité des frontières pour la diffusion de contenu de toute provenance sur les nouvelles plateformes, comment peut-on garantir le contrôle canadien d'un grand nombre d'entreprises de production et de diffusion opérant sur ces plateformes au Canada ?
5. Compte tenu que la grande majorité des contenus culturels proposés aux Canadiens et Canadiennes dans les médias traditionnels sont largement tributaires de l'aide directe de l'état ou de réglementations spécifiques, comment peut-on assurer un financement adéquat de la production et de la distribution de contenu culturel canadien sur les nouvelles plateformes et particulièrement le contenu de langue française ?
6. Compte tenu de l'existence de mesures, programmes et politiques ayant permis notamment à l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle de se développer et de devenir une industrie à part entière, comment peut-on garantir à l'industrie canadienne de la production multimédia des mécanismes équivalents permettant de stimuler son développement et sa croissance ? Pourrait-on, en ce sens, imaginer une mesure semblable à ce qui se pratique en télévision où les diffuseurs publics ont l'obligation de confier 35 % de leur production à des producteurs indépendants ?

En espérant le tout conforme à vos attentes, veuillez agréer, Mesdames, Messieurs, l'expression de nos meilleurs sentiments.

Marc Beaudet,
Président du conseil

PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE



Une compagnie de Quebecor Media



Radio-Canada.ca

PARTENAIRES DE SERVICES



Société de
comptables agréés

