

COMMUNIQUÉ – Montréal, le 18 février 2009

Audience du CRTC sur la radiodiffusion par les nouveaux médias

L'IMPORTANCE DE FINANCER LA PRODUCTION DE CONTENU ORIGINAL AUDIOVISUEL ET INTERACTIF

Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) insiste sur l'importance de financer adéquatement la production de contenu canadien original, audiovisuel et interactif, diffusé par les nouveaux médias et non seulement de permettre la diffusion d'émissions de télévision sur ceux-ci.

En marge de l'audience du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sur la radiodiffusion par les nouveaux médias, qui se déroule à Gatineau entre le 17 février et 12 mars, le RPM croit que des mesures incitatives doivent être mises en place pour financer une offre significative de contenu canadien de grande qualité diffusé par les nouveaux médias. « Il faudrait cependant imaginer des mécanismes de financement qui laissent une grande place à des nouveaux contenus audiovisuels et interactifs produits par des professionnels, en marge des émissions de télé de plus en plus diffusées sur ces plateformes », de préciser Marc Beudet, président du Regroupement des producteurs multimédia.

Pour y arriver, le RPM croit à la nécessité de mesures incitatives favorisant une contribution financière de la part des entreprises fournissant des services de radiodiffusion sur Internet et sur des appareils mobiles. « Une telle contribution, selon M. Beudet, aurait sans nul doute un effet positif et multiplicateur pour l'émergence d'une véritable industrie indépendante de production de contenu audiovisuel et interactif de qualité et spécifique aux nouvelles plateformes. »

Le RPM voit par ailleurs d'un bon œil que ces mesures incitatives soient assorties de conditions de diffusion - distribution à l'avantage des entreprises de services de radiodiffusion sur Internet et sur des appareils mobiles qui seraient appelées à contribuer financièrement. « Si les Bell, Vidéotron, Rogers et autres mettent de l'argent dans le système pour encourager la production de contenu original, on trouve normal qu'ils aient une forme de priorité pour exploiter ces contenus sur les plateformes associées aux nouveaux médias, » d'ajouter Marc Beudet.

Lors de leur participation à l'audience publique du CRTC, le 24 février, les représentants du RPM aborderont également :

- L'importance d'assurer une place significative des contenus francophones, émanant du Canada, sur les réseaux de radiodiffusion néomédiatique, où prédominent actuellement les contenus de langue anglaise de toute provenance.
- La portée limitative des fonds nouveaux médias actuels, nommément le Fonds Bell et le Fonds Quebecor, qui nécessitent un lien direct avec des émissions de télévision et qui, en ce sens, limitent la production de contenu canadien original sur les nouveaux médias.

- 2 -

- La crainte de voir la diversité des voix éditoriales compromise dans la mesure où ce ne sont que des impératifs commerciaux qui guident la production et la sélection des contenus que l'on retrouve sur les nouveaux médias, de la part notamment de groupes médiatiques qui favorisent ouvertement une politique de convergence.
- La place et le rôle des diffuseurs publics qui doivent être à l'avant-garde des nouvelles façons de produire et de diffuser des contenus qui répondent à des impératifs autres que commerciaux. Dans cette optique, ceux-ci devraient recourir davantage aux producteurs indépendants pour combler une partie conséquente de leurs besoins en ce qui a trait à la production de contenus canadiens originaux destinés aux nouveaux médias.

Le [Regroupement des producteurs multimédia](#) (RPM), créé en 2000, représente plus de soixante-dix producteurs actifs en production de contenu de commande, de convergence ou original sur les nouvelles plateformes. Le RPM vise notamment à créer un climat propice au développement et à la croissance de la production multimédia au Québec. En ce sens, le RPM fait des représentations actives auprès des gouvernements, gère des ententes collectives avec les syndicats d'artistes et participe à la réalisation d'études sur les réalités économiques et d'affaires du secteur.

- 30 -

Pour information :
Gilbert Ouellette, (514) 813-3586 – go@radarmedias.com