

COMMUNIQUÉ – Montréal, le 10 mars 2009

## La création du Fonds des médias du Canada

### LA NÉCESSITÉ D'ACCENTUER LA PRODUCTION DE CONTENU ORIGINAL SUR LES NOUVEAUX MÉDIAS

**En marge de la création du Fonds des médias du Canada, le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) souhaite que le financement du contenu original sur les nouveaux médias, non lié à des émissions de télévision, soit préservé et même accentué.**

L'annonce faite hier par le ministre du Patrimoine canadien, James Moore, qui prévoit la fusion du Fonds canadien de télévision (FCT) et du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) pour créer le Fonds des médias du Canada, n'est pas très explicite sur la façon de mettre de l'avant la production de contenu exclusivement réservé aux nouveaux médias.

« Dans la foulée de cette réorganisation, nous espérons que les quelque 15 M \$ du Fonds des nouveaux médias du Canada ne soient pas simplement amalgamés aux 310 M \$ prévus en 2010 – 2011 pour le Fonds des médias du Canada. Dans un contexte où les Canadiens, dont la nouvelle génération d'internautes, sont de plus en plus de grands consommateurs de contenu exclusif aux nouveaux médias, il faut absolument donner la chance à des entreprises capables d'initier des projets, à forte valeur culturelle et économique, sur des plateformes médiatiques autre que la télévision », de réagir Marc Beudet, président du Regroupement des producteurs multimédia.

A priori, le RPM n'est pas contre la fusion des deux fonds existants, mais le regroupement ne cache pas surprise de cette intégration du Fonds des nouveaux médias du Canada alors que le gouvernement fédéral venait juste d'annoncer son renouvellement, après plusieurs mois de d'attente et de tergiversations – Voir [communiqué](#) du RPM du 27-01-09. « À tout le moins, nous souhaitons ardemment, cette fois-ci, faire partie du processus de consultation qui mènera à l'élaboration des principes directeurs du Fonds des médias du Canada », de préciser Marc Beudet.

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](mailto:go@radarmedias.com)