

## **Avez-vous des commentaires sur les mesures à prendre pour promouvoir, soutenir et aborder le contenu canadien dans un monde numérique?**

### Financement pour la mise sur pied d'un site Internet :

Au cours de la dernière année, nous souhaitons renouveler un de nos sites Internet (relié à une émission télé) et mettre sur pied un tout nouveau site Internet qui n'est pas officiellement relié à nos émissions télé, mais qui évoque leur contenu, entre autres.

Or, dans la première situation, l'émission télé à laquelle est relié le site Internet est une émission financée en très grande partie par des commandites, ce qui nous rendait non éligible à la plupart des fonds finançant les émissions télé et leur volet web. Heureusement, nous pouvons compter sur le Fonds Bell et son programme de Dynamisation de la performance qui finance uniquement le volet web et non l'émission. Outre ce programme, il semble n'avoir aucune autre possibilité de recevoir une aide financière pour la refonte d'un site Internet relié à un produit télévisuel commandité.

Dans la seconde situation, l'aide financière pour la mise sur pied d'un site Internet n'étant pas relié à une émission télé est quasi inexistante, à l'exception de la SODEC qui a lancé un programme pilote à cet effet ce printemps. En 2016, ne pas avoir de site Internet est impensable. Il devrait y avoir plus d'aide financière disponible pour ce genre de production.

Nous suggérons donc de mettre sur pied une aide financière pour la production de site Internet culturel, qu'importe la discipline. Actuellement, les entreprises culturelles doivent absorber ces coûts ou se tourner vers une aide financière plus générale. D'autant plus que la tenue d'un site Internet engendre des coûts qui vont au-delà de la production comme telle. Par exemple, l'embauche d'une ressource qui assure une présence sur les réseaux sociaux, qui alimente les différents contenus du site Internet et qui veille à son bon référencement.

Même combat pour la production d'une application mobile. Selon une étude de la BDC, « Les utilisateurs de téléphones intelligents passent la majorité de leur temps à utiliser des applications mobiles. En 2015, le temps moyen passé sur une application a augmenté de 21 %. [...] 85 % des gens préfèrent les applications mobiles locales (installées sur les appareils pour une meilleure performance) aux sites Web compatibles (aux appareils mobiles)».

Nous suggérons également de rendre éligible à l'aide financière les émissions télé commanditées. L'aide pourrait peut-être leur être accordée selon un pourcentage moindre du budget total par rapport à une émission non commanditée.

### Financement pour web séries autre que fiction :

Toujours au cours de la dernière année, afin de suivre la tendance, nous avons quelques projets de webtélé dans le collimateur, qui découlent de nos émissions télé. Or, nous produisons principalement du magazine. Les fonds financent majoritairement la webtélé fiction et/ou documentaire. Aucune aide financière n'est offerte pour les autres types de webtélé. Et il s'avère que produire une série web n'est pas tellement moins coûteux que la production d'émission télévisée.

Nous suggérons d'élargir l'aide financière à tous les types de webtélé afin de diversifier l'offre en ligne.

TV payante :

Les Netflix de ce monde représentent des concurrents non négligeables, d'où l'importance de soutenir les productions d'ici pour contrer ce phénomène en exigeant des programmes de financement de la part des câblodistributeurs comme Vidéotron.

BCPAC :

Récemment, le BCPAC redéfinissait les catégories d'émission qui ont droit au crédit d'impôt. Cela a eu pour impact de diminuer le nombre de productions admissibles. Certains producteurs ont dû renoncer à poursuivre la production de leurs émissions pour la prochaine saison. Ce qui a pour conséquence de restreindre l'offre aux téléspectateurs. Nous suggérons que le BCPAC revoit ses nouvelles définitions afin de maintenir une offre diversifiée et des produits télévisuels de qualité sur nos écrans.

Le financement plus diversifié de nos produits culturels, en plus de les soutenir, contribuera certainement à leur promotion auprès des publics visés, en commençant par les utilisateurs et internautes canadiens.