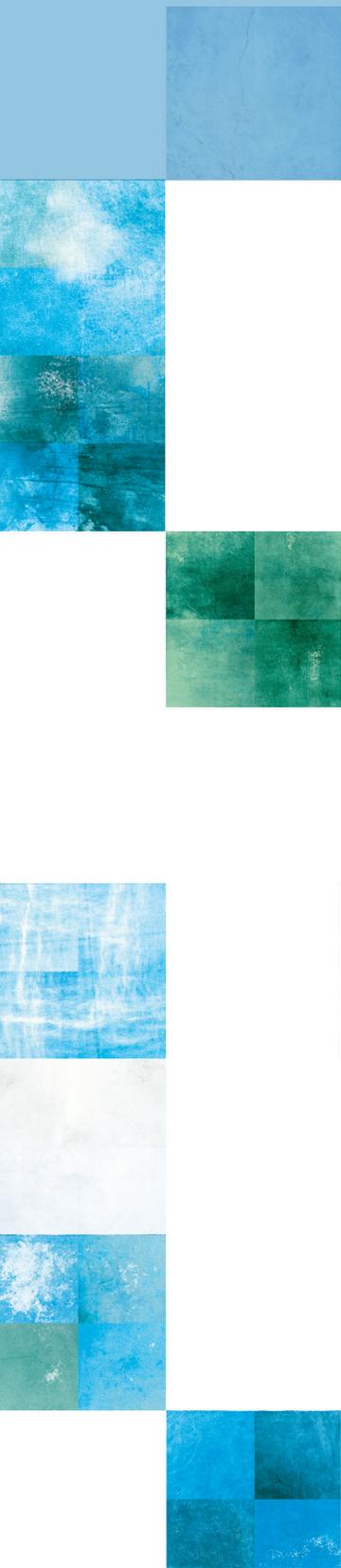


MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

POUR OCCUPER L'ESPACE

NUMÉRIQUE

STRATÉGIE CULTURELLE NUMÉRIQUE DU QUÉBEC
MARS 2014



© Gouvernement du Québec
Dépôt légal : 2014

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN 978-2-550-70061-6 (Imprimé)
ISBN 978-2-550-70062-3 (PDF)

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	2
LE NUMÉRIQUE EN CULTURE - ÉTAT DE SITUATION	3
Arts et lettres	3
Industries culturelles	3
Médias	4
Patrimoine, muséologie et bibliothèques	5
De multiples facettes d'une réalité unique	6
DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE	7
Orientations	7
Axes d'intervention	8
Objectifs	9
PLAN MAÎTRE - LIGNES DE FORCE	13
CONCLUSION	16
ANNEXE - LISTE DES SOCIÉTÉS D'ÉTAT ET DES ORGANISMES DU RÉSEAU	17

INTRODUCTION

Même si une forte proportion de la culture et des communications est déjà numérique ou en voie de l'être, la transition au numérique, loin d'être chose faite, se passe toujours au présent. Révélateur des arts, de la culture et du patrimoine, matériau de création, instrument de production, de diffusion ou de médiation, le numérique est un puissant vecteur de transmission. En outre, il est un incontournable levier de développement économique pour les médias et pour les industries culturelles dont on peut estimer que le quart de la douzaine de milliards de dollars qu'elles génèrent relève du numérique.

Si, jusqu'à présent, l'intervention de l'État en matière de culture et de communications s'est faite nonobstant les moyens technologiques employés, il doit en être autrement maintenant que le numérique transforme les disciplines, les marchés, les canaux de diffusion, les contenus et les pratiques culturelles. En effet, la création, la production, la diffusion et la conservation des œuvres et des savoirs sont maintenant des notions que la flexibilité du numérique a rendues perméables. Le modèle économique qui veillait à nommer chaque maillon de la chaîne de valeur, selon chaque type de produit et chaque moyen de diffusion, s'en trouve remis en question. Auparavant protégés par des lois, des règlements, des quotas et des contrôles douaniers liés aux balises géographiques, les marchés sont désormais ouverts, avec les incidences concurrentielles, commerciales, techniques et culturelles que cela implique.

Par ailleurs, les formats numériques font en sorte que les contenus sont de moins en moins liés à des dispositifs spécifiques : musique et vidéo se retrouvent sur le téléphone mobile et la téléphonie sur l'ordinateur, alors qu'Internet va au téléviseur et la télé sur la tablette numérique. En donnant accès à des sources d'information et de divertissement multiples et diversifiées, Internet et les réseaux mobiles entraînent, d'une part, une fragmentation des auditoires pour l'ensemble des acteurs culturels et, d'autre part, un nouvel arrimage grâce aux réseaux sociaux qui stimulent les échanges entre les communautés d'intérêts et qui optimisent la circulation des informations.

Les réseaux numériques soulèvent également la question de la gestion des droits d'auteur et de la juste rémunération des créateurs. La notion de propriété est aussi maintenant affaire de formats et de licences d'accès, entraînant au surplus la question du partage, notamment des données. Toutes ces considérations, qui sont autant de mutations, modifient les rapports de force, obligeant les partenaires à se repositionner, voire à s'allier. En cela, on peut dire que le numérique instaure une culture de collaboration, d'interconnexion et d'interaction, permettant un bénéfice mutuel lorsque certains intervenants culturels engendrent des contenus et que d'autres développent des installations.

Confronté à ces défis qui sont autant d'occasions à saisir, le Québec doit mobiliser et fédérer, avec l'appui de l'État, ses artistes et organismes, industries culturelles, médias, institutions patrimoniales et muséales, afin d'assurer, grâce au numérique, la persistance de notre culture, son rayonnement et son renouvellement. Misant sur ce puissant vecteur de développement de son économie du savoir, le Québec opte résolument pour un déploiement culturel numérique sur les scènes et les marchés locaux, nationaux et internationaux.

LE NUMÉRIQUE EN CULTURE

État de situation

Le numérique transforme les quatre grands segments culturels que sont les Arts et lettres, les Industries culturelles, les Médias et le Patrimoine, la muséologie et les bibliothèques, et son influence se décline selon les spécificités de chacun.

Arts et lettres

Le numérique joue un rôle grandissant dans les disciplines artistiques établies. En arts de la scène, notamment en danse et en théâtre, le numérique a un impact considérable grâce aux dispositifs scéniques tels les senseurs, les détecteurs de mouvements et les systèmes complexes de projection. En arts visuels, les expositions virtuelles permettent de donner accès aux œuvres à distance et redéfinissent la médiation avec le public. En musique, des modèles de création collaborative émergent, lesquels favorisent la transdisciplinarité et modifient la relation avec le public. En cinéma et en vidéo d'art, les plateformes d'accès en ligne redéfinissent la diffusion et multiplient les publics, mais complexifient les modes de tarification. En littérature, les auteurs explorent des formes narratives interactives et de nouveaux vecteurs de diffusion. En matière de création, les outils numériques sont aujourd'hui utilisés au profit de l'expérimentation, mais aussi de l'autodiffusion.

De nouvelles disciplines qui dépendent entièrement des technologies apparaissent, les arts numériques. Ces derniers vont de l'installation où le geste du spectateur influe sur l'œuvre jusqu'au mélange du lieu réel avec une projection immersive en provenance d'outre-mer, en passant par l'objet usuel qui se scinde en morceaux capables de chorégraphie. Les arts numériques posent un défi accru de renouvellement et d'adaptabilité: les œuvres numériques exigent de revoir tant la capacité des lieux de diffusion que l'intégration des arts à l'architecture en général. L'exploration artistique d'approches tantôt hybrides ou transversales pose aussi le problème d'un soutien adapté à des projets inusités.

Par ailleurs, pour assurer le renouvellement et la fidélisation du public, les lieux de diffusion en arts de la scène sont appelés à accueillir et présenter un nombre grandissant de performances artistiques intégrant des contenus virtuels ou numériques. Pour ces lieux, la distance géographique avec le public et le rayonnement à l'extérieur de la région desservie sont des défis importants auxquels la webdiffusion peut apporter une réponse.

Industries culturelles

Première des industries culturelles à vivre la transformation numérique, l'industrie de la musique a été vivement touchée par la dématérialisation systématique des contenus : téléchargement illégal, dévalorisation des produits, concurrents innovateurs d'Internet, nouvelles formes de distribution légale et adoption de pratiques inédites de consommation tels les mécanismes de prescription par les pairs. Le marché mondial de l'enregistrement sonore s'est considérablement replié, ses pertes en vente de produits physiques n'étant pas comblées par les ventes numériques. Cette glissade semble s'estomper en raison d'une offre légale élargie et de plus en plus accessible, offre qui doit toutefois s'accroître pour assurer une présence efficace des œuvres et des produits québécois, notamment francophones.

Avec la vente en ligne et l'avènement du livre numérique, l'industrie du livre fait face à la concurrence de puissantes entreprises mondiales qui investissent les marchés et modifient les modèles d'affaires. Au Québec, le marché du livre numérique francophone est encore modeste, mais son développement est novateur, structuré et concerté. Des outils collectifs ont d'ailleurs rapidement permis aux éditeurs de diffuser leurs versions numériques, aux librairies indépendantes d'exploiter un portail de vente en ligne et aux bibliothèques publiques d'automatiser le prêt de livres numériques.

En métiers d'art, les outils numériques exercent une pression sur l'innovation. Ils entraînent un accroissement de la concurrence internationale, à l'heure des contacts directs et instantanés, et la diffusion facile d'images des œuvres inquiète leurs créateurs. Certains savoir-faire traditionnels disparaissent, ou se restructurent, tandis que ceux en médias numériques deviennent de plus en plus importants.

Au cinéma, la distribution et l'exploitation connaissent de grands bouleversements : profusion de fenêtres de diffusion et de supports de distribution numérique, changements des pratiques de consommation, équipement de plus en plus sophistiqué des foyers. Le milieu du cinéma tend à diversifier ses revenus par l'exploitation des multiples fenêtres de diffusion (en salle, sur DVD, etc.). La dématérialisation des supports physiques pose notamment le défi de trouver des solutions innovantes pour que les citoyens aient accès aux classements québécois des films sur les nouvelles plateformes.

L'industrie des médias interactifs comprend principalement le jeu vidéo, qui s'inscrit à la frontière de la culture et du divertissement. Les types de jeux se diversifient et les clientèles s'élargissent, mais on observe le déclin graduel du jeu de console, immersif et coûteux à développer, au profit du jeu mobile et en ligne. Le Québec est l'un des chefs de file mondiaux dans ce domaine, mais l'industrie éprouve de la difficulté à développer ses actifs de propriété intellectuelle.

Médias

Si la principale source d'information chez les 35 ans et plus demeure la télévision, Internet arrive loin devant les autres médias chez les plus jeunes. Bien que leurs sites Web soient abondamment consultés, la presse écrite, la radio et la télévision composent avec la popularité des médias sociaux, reconnus par les 18-24 ans comme principale source d'information.

Le repositionnement numérique de l'industrie de la presse écrite comporte une diversification de l'offre au moyen de sites Internet, d'applications mobiles et d'éditions numériques pour de multiples dispositifs. L'imprimé est devenu un canal parmi l'ensemble des plateformes médiatiques, la prolifération desquelles pourrait créer une fracture numérique dans la population puisqu'Internet haute vitesse n'est pas encore accessible partout et que les coûts en sont, pour plusieurs citoyens, toujours prohibitifs.

En radio, la concurrence, notamment des services musicaux en ligne, engage plus que jamais les stations de radio traditionnelles à prolonger leurs activités à l'aide d'initiatives numériques : réseaux sociaux, listes de lecture, applications mobiles, vidéos, etc.

En télévision, le passage à la diffusion numérique et à la haute définition est complété depuis 2011. Les télédiffuseurs travaillent maintenant à répondre aux impératifs de diversité, de mobilité et d'instantanéité dictés par le Web, les téléspectateurs ayant changé leurs habitudes d'écoute. La rediffusion légale sur le Web est en hausse. La forte demande pour des contenus en ligne gratuits se traduit par une augmentation significative des coûts d'équipements et de formation, sans véritable contrepartie en revenus puisque la publicité rapporte moins sur Internet qu'elle ne le faisait en ondes. D'autres tendances font maintenant partie du contexte, dont les séries dédiées au Web, les jeux interactifs en complément des émissions télévisées et les contenus générés par les utilisateurs. Ces divers facteurs contribuent à un écosystème de contenus quasi illimités, sans contrainte de temps ni d'espace.

Les médias communautaires, qu'il s'agisse de la télévision conventionnelle, de la radio hertzienne, des médias imprimés ou exclusivement en ligne, contribuent à la diversité des voix en société en favorisant la participation citoyenne. Leurs défis consistent à ouvrir l'offre existante à l'interactivité offerte par Internet et les médias sociaux, devenus des instruments incontournables de la communication publique en même temps que des points d'entrée de la concurrence.

Patrimoine, muséologie et bibliothèques

Les bibliothèques, les centres d'archives, les musées et les institutions publiques créent, diffusent et conservent des contenus culturels de référence. Par-delà le jumelage des contenus et des savoirs multiples, leur conservation à titre de mémoire collective et leur mise en valeur, ces institutions proposent des expériences culturelles signifiantes et soutiennent la médiation contemporaine des contenus.

Le numérique transforme le rapport du citoyen à la mémoire patrimoniale et muséale car il permet une diffusion de savoirs immédiate et en tout lieu, une médiation avec la clientèle qui soit indépendante des heures d'ouverture et de la distance physique. Pour participer à cette réalité, les institutions québécoises ont dû déjà redéfinir leurs approches, méthodes de travail et outils de médiation afin d'adapter leurs missions à l'univers numérique.

En 2009, une enquête-bilan sur la numérisation et les collections numériques a permis de cerner la richesse et la variété du patrimoine muséal et documentaire québécois, son taux de numérisation extrêmement bas (6 %), dont certains éléments sont en danger de disparition, et la volonté des organismes de participer à un réseau de numérisation permettant un partage optimal des ressources et de l'expertise.

L'effort nécessaire pour numériser et organiser les contenus patrimoniaux québécois, et en maximiser la présence sur le Web, impose un exercice de priorisation : investir les efforts là où les bénéfices de la préservation et de la diffusion sont les plus tangibles, réviser les priorités périodiquement et produire des plans de travail conséquents.

Les défis posés par le numérique aux détenteurs d'éléments patrimoniaux et muséaux sont complexes : faciliter tant la collaboration entre les partenaires que l'accès de la population à son propre patrimoine; assurer l'interopérabilité avec les outils de recherche d'autres juridictions interpellées par le patrimoine culturel québécois et faciliter la mise à contribution des citoyens pour compléter et enrichir l'information liée au patrimoine matériel et immatériel.

La valeur ajoutée du numérique en patrimoine, en muséologie et en bibliothèques dépasse celle de l'accès aux collections. Elle apparaît avec les initiatives qui s'engagent dans la construction de sens (culturel, historique, littéraire, etc.) en créant des liens entre les éléments existants. Cette construction rehausse l'expérience de l'internaute intéressé à établir un rapport avec des contenus pertinents en provenance de sources extérieures, notamment les créateurs, les chercheurs et le grand public.

De multiples facettes d'une réalité unique

Par-delà la spécificité de chacun des grands secteurs d'intervention se révèlent des points de convergence qui sont aussi des conditions de succès.

Premièrement, le numérique confère une ampleur sans précédent à la notion de transversalité, qui était déjà à l'œuvre lorsque, par exemple, des textes dramatiques étaient lus à la radio ou que le clip vidéo s'est révélé un média efficace de promotion de la musique. Plus que jamais, tous les contenus se trouvent sur toutes les plateformes, et chaque discipline peut incorporer des éléments en provenance de chacune des autres. Ce métissage des disciplines nourrit la culture numérique et lui confère une dimension novatrice additionnelle.

Deuxièmement, comme les défis à relever par les organismes culturels deviennent apparentés, en matière de formation, d'équipements, de diffusion et de conservation, la concertation des efforts et des ressources est devenue la condition essentielle d'un réseautage structurant. Les intervenants culturels doivent contribuer à une démarche commune et complémentaire, les interactions et les partenariats pouvant aussi donner lieu à des rencontres de clientèles.

Finalement, les pouvoirs publics doivent adapter rapidement leurs actions pour favoriser la transition vers le numérique et pour reconnaître ce catalyseur culturel, avec un appui conséquent. Déjà, le Ministère inscrit à son plan stratégique 2012-2016 que «le développement et l'accessibilité des contenus culturels québécois, particulièrement de langue française, sur les plateformes numériques» est un enjeu prépondérant et qu'il entend «agir comme maître d'œuvre, assurant le leadership auprès des sociétés d'État en élaborant une vision commune». Cette vision intégrée, qui mobilise l'ensemble du réseau et s'appuie sur une stratégie numérique en culture, est garante de la cohérence et de l'efficacité du déploiement numérique culturel.

DÉVELOPPEMENT DE LA STRATÉGIE

Afin de guider les partenaires du réseau, trois orientations définissent la portée du déploiement culturel numérique attendu : enrichir l'offre, assurer l'accès, rendre l'environnement convivial. En découlent trois axes d'intervention indissociables qui traversent chacune des orientations et qui reflètent l'état d'avancement de la culture et des communications québécoises en matière de numérique : se mettre à niveau, s'élancer, se surpasser.

Orientations

A

Enrichir l'offre de contenus culturels numériques

La première orientation, « Enrichir l'offre de contenus culturels numériques », consiste à générer une masse critique de contenus existants, nouveaux et expérimentaux pour assurer une présence accrue sur tous les canaux.

B

Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus

La deuxième orientation, « Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus », mise sur les nouveaux outils numériques et les habitudes de consommation émergentes pour accroître la disponibilité, la facilité d'accès et la visibilité des contenus québécois.

C

Créer un environnement propice au développement du numérique

La troisième orientation, « Créer un environnement propice au développement du numérique », consiste à adapter les structures législatives, réglementaires, juridiques et commerciales qui encadrent les contenus.

Axes d'intervention

1 **Mettre à niveau les outils et pratiques**

Le premier axe, « Mettre à niveau les outils et pratiques », vise à combler les latences et à stimuler les acteurs à s'investir au numérique. Qu'il s'agisse de numérisation, de services ou d'infrastructures, le moment est venu de s'assurer que nulle fracture numérique ne se creuse entre les acteurs des milieux culturels et le reste du monde.

2 **Déployer nos forces actives**

Le deuxième axe, « Déployer nos forces actives », consiste à prendre appui sur les acteurs des secteurs culturels qui ont intégré le numérique à leurs pratiques et à pousser plus avant cette appropriation.

3 **Innover pour assurer l'avenir**

Le troisième axe, « Innover pour assurer l'avenir », vise à préserver le capital d'innovation qui est la pierre angulaire de la culture au Québec. Cette capacité d'innover a donné naissance aux effets spéciaux numériques, réinvente la scène et met au point les dispositifs d'immersion de demain. L'innovation d'aujourd'hui est l'économie culturelle de demain.



Objectifs

Du croisement des orientations et des axes résulte neuf objectifs¹, ayant pour fonction d'ordonner les multiples actions inscrites à la présente stratégie. De ces objectifs découlent des priorités énoncées dans le plan maître exposé plus loin.

CADRE DE RÉFÉRENCE

Orientations Axes d'intervention	A Enrichir l'offre de contenus culturels numériques	B Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus	C Créer un environnement propice au développement du numérique
1 Mettre à niveau les outils et pratiques	Rendre disponible l'offre culturelle existante	Intégrer les logiques émergentes de demande et de multiplication des accès	Adapter les outils publics d'intervention
2 Déployer nos forces actives	Soutenir la création numérique originale	Investir l'espace culturel global avec des contenus québécois	Assurer des conditions d'exercice adaptées pour l'ensemble des milieux
3 Innover pour assurer l'avenir	Favoriser les pratiques émergentes et inédites	Encourager la collaboration entre les acteurs d'une chaîne plus intégrée	Favoriser une culture numérique contribuant à l'économie du savoir

1. L'approche s'inspire de celle du document *Porte grande ouverte sur le numérique Rapport sur la consultation Option culture, virage numérique*, SODEC, octobre 2011.

A Enrichir l'offre de contenus culturels numériques

L'afflux de contenus québécois, entendus ici au sens d'œuvres, de produits et de services, dans l'univers numérique est nécessaire pour émerger dans la masse des contenus numériques de langue anglaise. De plus, l'offre québécoise doit être en mesure de s'adapter à des plateformes disparates qui mutent selon les pratiques de consommation et la mouvance du marché.

Objectifs

A.1 Rendre disponible l'offre culturelle existante

Les œuvres d'art et objets du patrimoine ainsi que le patrimoine documentaire publié et archivistique représentent une part significative du capital culturel à numériser. L'offre en culture est aussi diversifiée que volumineuse, puisqu'à ce qui précède s'ajoutent encore les œuvres d'art uniques, les produits diffusés sur les ondes, en salle ou en magasin, l'architecture et ainsi de suite.

Il faut s'atteler à convertir sur support numérique la pléthore de contenus culturels québécois existants, dans des formats et selon les normes répondant aux impératifs d'interopérabilité.

A.2 Soutenir la création numérique originale

L'objectif de soutien à la création numérique originale englobe toutes les disciplines sur toutes les plateformes. La création doit être considérée et soutenue sans égard à son caractère hybride, interactif, multisectoriel ou transmédia, et indistinctement du lieu où elle s'expose, qu'il soit en ligne, mobile ou multiplateforme.

A.3 Favoriser les pratiques émergentes et inédites

Les créateurs québécois – artistes, artisans, designers, producteurs, diffuseurs ou spécialistes de la mise en marché – connaissent une production élevée au prorata de la population et possèdent cette qualité d'innovation essentielle à l'effervescence du numérique. Toutes les manières d'encourager l'innovation et l'événementiel sont à considérer : partenariats croisés entre intervenants, pôles d'expérimentation et laboratoires de pointe, nouvelles formules d'usages et de services.

B Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus

Afin d'exister aux yeux des citoyens, les contenus numériques doivent bénéficier de structures de diffusion pour les rendre techniquement accessibles, mais aussi pour les promouvoir. L'offre québécoise fait face à une forte concurrence étrangère sur les réseaux et la facilité d'accès, voire la gratuité, des contenus qui élargit la notion d'accessibilité. Il s'avère primordial de faciliter l'accès à une offre légale et de faire en sorte qu'elle se distingue de la masse, en employant des moyens fédérateurs et adaptés à toutes les plateformes.

Objectifs

B.1 Intégrer les logiques émergentes de demande et de multiplication des accès

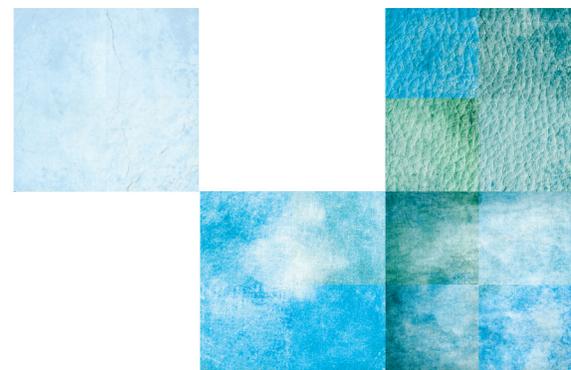
À l'époque où la nature d'une œuvre ou d'un produit déterminait son mode de diffusion, la culture était régie par une logique du calendrier et du lieu que le numérique rend désormais caduque. L'obstacle n'est plus de trouver, mais de choisir maintenant que les contenus sont disponibles partout et en tout temps. La surabondance de l'offre, exacerbée par les dispositifs mobiles, nécessite de capter l'attention et de faciliter le repérage. Dorénavant, la diffusion et la mise en marché se conçoivent pratiquement lors de la création de l'œuvre, laquelle doit attirer et fidéliser son public grâce à des outils Web et des médias sociaux à la fois populaires et novateurs. Le but est de permettre aux citoyens de rencontrer la culture d'ici sous toutes ses formes.

B.2 Investir l'espace culturel global avec des contenus québécois

Le déploiement de nos forces actives constitue le point de bascule à partir duquel les appréhensions liées au numérique se transforment en occasions favorables. Rien n'empêche le Québec d'investir le marché culturel global, notamment le marché francophone, et d'optimiser, grâce au numérique, son action culturelle tant locale qu'internationale. Afin d'y parvenir, il doit faire preuve d'ingéniosité face à la forte concurrence de pays comme les États-Unis ou la France, aux ressources autrement plus abondantes.

B.3 Encourager la collaboration entre les acteurs d'une chaîne plus intégrée

L'adaptation au numérique implique l'actualisation des modèles de fonctionnement et la prise en compte de la nouvelle pluralité des acteurs de la chaîne de valeur. La reconfiguration des rôles doit permettre le dialogue, la reconnaissance des savoir-faire et la concertation, donnant lieu à des projets collaboratifs plutôt que concurrentiels.



C Créer un environnement propice au développement du numérique

Qu'il s'agisse de création ou de diffusion, d'art nouveau résultant d'une démarche personnelle approfondie ou de produits culturels qui se prêtent à une exploitation de masse, la culture québécoise bénéficie depuis plusieurs décennies de l'appui des instances publiques, en phase avec la nature identitaire québécoise et la particularité du marché francophone en Amérique du Nord. Cet environnement doit demeurer favorable à un déploiement de la culture et des communications dans l'univers numérique.

Objectifs

C.1 Adapter les outils publics d'intervention

Un examen des dispositions inscrites aux lois, politiques, règlements et programmes de soutien s'impose pour donner une réalité légale et fonctionnelle au numérique, notamment afin de prendre en compte le caractère maintenant hybride des rôles au long de la chaîne de valeur. Par ailleurs, le secteur de la culture et des communications doit miser sur la prospective et la veille stratégique. Une analyse stratégique permanente permettra de proposer des lignes de décision à mesure de l'évolution de cet environnement numérique et d'alimenter les actions en conséquence.

C.2 Assurer des conditions d'exercice adaptées pour l'ensemble des milieux

Il importe d'assurer une juste rémunération de la création et d'améliorer les conditions de pratique pour éviter que nos créateurs et, par conséquent, notre culture s'appauvrissent. Le modèle économique numérique doit s'avérer équitable et financièrement profitable pour tous ceux qui y contribuent, car seules des conditions socioéconomiques optimales sont garantes, à terme, d'une transposition couronnée de succès de la culture québécoise à l'univers numérique.

L'accès à des équipements de pointe, à des installations technologiquement bien dotées, notamment en termes d'Internet à très haut débit essentiel à un avenir numérique, et à de la formation, doit aussi contribuer à l'expression du plein potentiel créatif. De nouveaux programmes sont ainsi nécessaires pour le développement des compétences et le rehaussement des infrastructures, le soutien au fonctionnement étant trop sobrement pourvu pour y parvenir.

C.3 Favoriser une culture numérique contribuant à l'économie du savoir

À la notion de propriété s'adjoint le partage. Les usages culturels multiformes recombinent l'écrit, la musique ou l'audiovisuel pour mieux les mettre en valeur. Cette notion de partage s'applique aux expertises et aux ressources matérielles, autrement hors de portée des créateurs aux moyens plus modestes. Le partage s'étend aux informations : par-delà les données stratégiques que les entreprises gardent par-devers elles se trouvent quantité de données ouvertes d'intérêt immédiat pour la collectivité.

La culture et les communications contribuent fortement à l'économie du savoir. Elles stimulent l'appétit du public pour le numérique et favorisent une offre de contenus innovants qui enrichit l'économie par l'entremise d'industries culturelles générant des revenus annuels de l'ordre d'une dizaine de milliards de dollars. Le réseau a ainsi en main les premiers leviers permettant au Québec de développer une économie du savoir basée sur la créativité, les habiletés et les connaissances de la population.

PLAN MAÎTRE

Lignes de force

Par l'entremise de la présente stratégie, l'État entend investir l'espace culturel en misant sur les forces créatrices de toutes les régions du Québec, autant pour la production de nouveaux contenus culturels que pour leur diffusion.

Les multiples actions projetées par les partenaires du réseau de la culture et des communications ont été regroupées en mesures structurantes. Les priorités qui en ressortent, classées selon les orientations, les axes d'intervention et les objectifs précédemment décrits, se présentent comme suit.

A Enrichir l'offre de contenus culturels numériques

A.1 Rendre disponible l'offre culturelle existante

Numérisation des contenus existants

Procéder à la saisie numérique des collections, archives et autres contenus culturels québécois, notamment patrimoniaux.

A.2 Soutenir la création numérique originale

Développement de nouveaux contenus numériques

Soutenir la création d'œuvres numériques inédites destinées aux plateformes numériques Web et mobiles, ainsi qu'aux écrans des espaces publics intérieurs ou extérieurs.

A.3 Favoriser les pratiques émergentes et inédites

Expérience utilisateur adaptée et augmentée

Favoriser le développement d'outils de médiation et de personnalisation des contenus selon les clientèles, afin d'enrichir l'expérience culturelle et d'inciter la participation du citoyen à l'enrichissement des contenus.

Usage du numérique à des fins de valeur ajoutée

Développer des expériences numériques mettant en valeur les contenus non numériques à l'aide d'activités afférentes et d'expositions virtuelles.

Pôles d'innovation et partenariats

Favoriser l'innovation en soutenant les pôles d'expertise et en facilitant les partenariats.

B Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus

B.1 Intégrer les logiques émergentes de demande et de multiplication des accès

Usage accru de médias sociaux et d'applications mobiles

Développer des interfaces aux contenus culturels adaptées aux dispositifs mobiles et aux médias sociaux.

Valorisation et visibilité sur les plateformes numériques

Assurer le lien des contenus culturels avec les vitrines existantes, et soutenir la valorisation des contenus dès leur création ou numérisation.

B.2 Investir l'espace culturel global avec des contenus québécois

Optimisation de la diffusion en ligne

Soutenir la diffusion en ligne des contenus culturels, notamment au Répertoire du patrimoine culturel du Québec du Ministère et à la plateforme Web de diffusion culturelle de Télé-Québec.

Web diffusion

Soutenir la diffusion Web en direct d'événements culturels.

Regroupement des initiatives

Soutenir l'agrégation et la distribution de la production culturelle.

Approvisionnement en contenus

Favorise la diffusion à l'aide d'une stratégie globale d'approvisionnement.

B.3 Encourager la collaboration entre les acteurs d'une chaîne plus intégrée

Mécanismes de financement

Étudier l'opportunité d'adapter le financement des diverses étapes de la création, de la production, de la diffusion et de la conservation de la culture.

Collaboration, partage et connectivité

Fédérer et intégrer les fonctions culturelles pour créer des initiatives numériques rassembleuses dans différents secteurs d'activité.

C Créer un environnement propice au développement du numérique

C.1 Adapter les outils publics d'intervention

Révision de lois, règlements, politiques

Voir à l'adéquation de l'appareillage législatif et réglementaire à la réalité numérique.

C.2 Assurer des conditions d'exercice adaptées pour l'ensemble des milieux

Chantier sur le droit d'auteur

Créer un lieu de concertation afin de proposer des solutions visant au respect du droit d'auteur en matière de diffusion dans l'univers numérique.

Infrastructures

Soutenir la mise à niveau des équipements des lieux culturels et leur connectivité par une aide distincte du fonctionnement ainsi que le déploiement d'infrastructures de pointe qui couvre l'ensemble des régions du territoire.

Formation et mise à niveau des compétences

Appuyer le renouvellement continu de la compétence des milieux culturels.

C.3 Favoriser une culture numérique contribuant à l'économie du savoir

Recherche et innovation

Favoriser la recherche et l'innovation en matière de contenus numériques.

La culture numérique comme levier d'une société participative

Offrir des outils de médiation éducative et des espaces virtuels de regroupement d'intérêts et d'expression citoyenne.

CONCLUSION

À l'évidence, le réseau québécois de la culture et des communications doit continuer d'investir un nouveau paradigme ouvert à tous les possibles et sans frontières. Le maintien de nos acquis et les perspectives de développement de la culture québécoise, au Québec comme à l'international, passent par un déploiement concerté et manifeste dans l'univers numérique.

Avec l'innovation technologique des arts en amont, le design matériel et logiciel au centre, l'industrie culturelle en aval, et le citoyen qui a soif de contenus culturels et informationnels et qui participe à leur foisonnement, notre réseau prend conscience qu'il est devenu la pierre angulaire du numérique au Québec. Il a en main les outils pour exercer son leadership là où l'effet de levier est maximal dans l'univers numérique, c'est-à-dire en début de parcours.

Il importe ainsi de doter le Québec d'un plan numérique, comme il s'en trouve dans d'autres juridictions, notamment en Australie et au Royaume-Uni. La présente stratégie vise à affirmer que les bases d'un tel plan existent déjà dans l'univers québécois de la culture et des communications, qu'il reste à le consolider et que, pour ce faire, le gouvernement s'engage à accompagner les milieux concernés.

L'élaboration du plan maître permet d'encadrer et de fédérer les actions des organismes et sociétés d'État du portefeuille de la culture et des communications. À l'intérieur de ce plan maître s'inscrivent les divers axes et moyens propres à renforcer la vitalité de la culture québécoise.



ANNEXE

Liste des sociétés d'État et organismes du réseau de la culture et des communications

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Conseil des arts et des lettres du Québec

Conseil du patrimoine culturel du Québec

Conservatoire de musique et d'art dramatique du Québec

Musée d'art contemporain de Montréal

Musée national des beaux-arts du Québec

Musée de la civilisation

Régie du cinéma

Société de développement des entreprises culturelles

Société de la Place des Arts de Montréal

Société de télédiffusion du Québec (Télé-Québec)

Société du Grand Théâtre de Québec

