



**CONSULTATIONS SUR LE PLAN D'ACTION
DES LANGUES OFFICIELLES**

MÉMOIRE

*Soumis le 8 janvier 2017
Contact : Carol Ann Pilon
Directrice générale
capilon@apfc.info*

RÉSUMÉ

Le secteur des arts, de la culture et des industries culturelles est l'un des piliers fondamentaux du développement durable des communautés francophones et acadienne (CFA) du Canada. L'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) représente les producteurs indépendants francophones œuvrant dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM). Tout en participant à la diversité de la télévision, du multimédia et du film canadiens, ces producteurs indépendants contribuent à retenir les artisans, les artistes et les créateurs dans leurs milieux respectifs. Ils donnent également une voix à leurs communautés et leur tendent un miroir dans lequel elles se reconnaissent et qui les représente dans le paysage audiovisuel d'aujourd'hui.

Dans le présent mémoire, l'APFC est heureuse de partager sa perspective sur le rôle essentiel que joue le milieu de la production médiatique francophone dans le développement de la vitalité des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) avec le ministère du Patrimoine canadien.

L'Alliance croit que la reconnaissance du secteur des arts, de la culture et des industries culturelles de la part du gouvernement fédéral doit se refléter dans le nouveau plan d'action pour les langues officielles. Pour alimenter et guider la réflexion dans le cadre des consultations pancanadiennes sur les langues officielles, l'APFC recommande ainsi que le ministère du Patrimoine canadien mette en place des mécanismes permettant aux communautés francophones en situation minoritaire de se développer et profiter pleinement des opportunités de croissance. Nous proposons :

- Que les agences culturelles qui soutiennent la création et la production de contenu prennent des engagements clairs et concrets pour favoriser le développement et l'épanouissement des arts et de la culture dans les communautés francophones et acadienne du Canada.
- Que la production médiatique francophone en situation minoritaire fasse partie de la stratégie d'innovation du gouvernement de manière transversale, à travers tous les ministères concernés.
- Que le gouvernement canadien facilite l'acquisition de compétences nécessaires pour s'adapter et répondre aux transformations numériques.
- Que le gouvernement canadien mette en place les outils nécessaires (taxation et réglementation) afin que les grands joueurs corporatifs de la chaîne numérique contribuent à la vitalité de nos milieux culturels pour qu'ils demeurent compétitifs et pertinents.

- Que des laboratoires d'innovation permettant l'exploration de l'innovation et de la créativité, le partage du savoir-faire et le développement de compétences soient mis en place à travers le pays.
- Que tous les citoyens des CLOSM, peu importe où ils habitent, aient accès à des forfaits abordables d'accès Internet illimité sans plafonnement et puissent participer à la culture numérique et accéder aux œuvres de nos créateurs et producteurs francophones.
- Que le gouvernement canadien soutienne le développement d'une initiative de promotion ciblée pour mettre en valeur les contenus artistiques et culturels francophones et acadien sur certaines plateformes de diffusion ciblées au Canada et à l'étranger.
- Que les initiatives de promotion de la culture canadienne reflètent la diversité des voix francophones présentes au Canada.
- Que les investissements en développement de marché à l'international contribuent à consolider les structures de soutien professionnel.
- Que les diverses initiatives de financement des agences fédérales soient arrimées pour les rendre complémentaires de manière à soutenir l'ensemble des activités nécessaires au développement de nouveaux marchés et assurer le plus grand impact.
- Que le gouvernement soutienne le développement professionnel du secteur culturel, entre autres, dans les champs de compétence que sont l'international et le numérique.
- Que les structures organisationnelles qui contribuent à la consolidation du secteur de la production médiatique francophone obtiennent un financement de base stable et pluriannuel de la part des Programmes d'appui aux langues officielles.

L'APFC espère que ce dialogue continuera de manière collaborative avec nos partenaires fédéraux afin que ses besoins et objectifs puissent être entendus tout au long de l'élaboration du nouveau plan d'action sur les langues officielles du gouvernement du Canada.

INTRODUCTION

Le Canada est un pays riche, à la fois grâce à ses ressources, abondantes et variées, à ses politiques, innovantes et englobantes, et à sa population, engagée et diversifiée. Comme le premier ministre Justin Trudeau l’a écrit avec éloquence dans la lettre de mandat de la ministre du Patrimoine canadien : « Notre secteur culturel est une énorme source de stimulation de l’économie canadienne. Les grandes histoires du Canada, modelées par notre immense diversité, méritent d’être célébrées et partagées avec le monde entier. Notre plan vise à protéger nos institutions nationales importantes, préserver nos langues officielles, promouvoir les industries qui reflètent notre identité unique à titre de Canadiens et fournir des emplois et des opportunités économiques dans nos secteurs de la culture et de la création ».

Dans le domaine culturel, le Canada continue de faire l’envie des ressortissants des pays étrangers, grâce au succès de ses nombreux créateurs – par exemple, le Cirque du Soleil, Véronique Dicaire, Xavier Dolan et Robert Lepage. Cette faculté des Canadiens de s’illustrer sur la scène internationale n’est pas le fruit du hasard. Notre gouvernement a traditionnellement eu à cœur l’épanouissement culturel de ses citoyens, s’assurant non seulement du soutien de ses créateurs et artistes de talent, mais aussi de la diffusion de leurs œuvres partout au Canada et dans le monde.

Le Canada a mis sur pied des institutions mondialement reconnues — comme la Société Radio-Canada (SRC), l’Office national du film (ONF), Téléfilm Canada, le Conseil des Arts du Canada (CAC) et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) — tout en permettant au secteur privé de se tailler une place de choix sur l’échiquier culturel canadien, grâce notamment à une politique culturelle nationale dotée de mécanismes interreliés et complémentaires.

Le secteur des arts, de la culture et des industries culturelles est l’un des piliers fondamentaux du développement durable des communautés francophones et acadienne (CFA) du Canada. La reconnaissance de ce secteur s’est manifestée par un investissement majeur de la part du gouvernement fédéral en 2016 pour les cinq prochaines années. Cette reconnaissance doit être reflétée dans le prochain plan gouvernemental pour les langues officielles. Les retombées se mesureront non seulement en termes économiques, mais aussi en termes socioculturels en pérennisant l’identité franco-canadienne par l’intermédiaire d’un secteur des arts, de la culture et des industries culturelles croissant et dynamique.

Nous félicitons la ministre Mélanie Joly d’avoir entrepris les consultations pancanadiennes sur les langues officielles, qui s’ajoutent à celles sur le contenu canadien dans

un monde numérique et l'exportation culturelle. Cette convergence appelant à un examen des politiques publiques culturelles et une adaptation des leviers gouvernementaux qui les soutiennent nous paraît tout à fait opportune. Elle est d'ailleurs reçue avec beaucoup d'enthousiasme par le secteur de la production médiatique francophone œuvrant en situation minoritaire. L'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC) est heureuse de partager sa perspective sur le rôle essentiel que joue le milieu de la production médiatique francophone dans le développement de la vitalité des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM).

L'APFC représente les producteurs indépendants francophones œuvrant dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM). L'Alliance assure la gestion globale du dossier de la production en milieu minoritaire francophone au pays. Porte-parole de l'industrie francophone de la télévision, du film et du contenu numérique à l'échelle canadienne depuis 1999, l'APFC regroupe la grande majorité des entreprises franco-canadiennes de production indépendante établies d'Est en Ouest du Canada, qui offrent aux CFA et à tous les Canadiens des contenus culturels et historiques diversifiés dans lesquels ils se reconnaissent.

Entrepreneurs et créateurs d'emplois, les membres de l'APFC sont aussi des agents culturels et économiques, fortement ancrés dans leurs communautés, conscients de l'importante et nécessaire contribution qu'ils apportent à la francophonie en situation minoritaire et au développement à long terme des CFA. Les producteurs membres de l'APFC participent à la diversification du contenu télévisuel canadien, stimulent une économie locale, emploient une main-d'œuvre qualifiée, contribuent au maintien et à la rétention d'un bassin d'artistes et de créateurs et participent à notre tissu social.

Les retombées économiques directes et indirectes de l'industrie médiatique franco-canadienne représentent des centaines de millions de dollars. L'impact est significatif. Le volume de production télévisuelle en français à l'extérieur du Québec des producteurs membres de l'APFC a connu une croissance phénoménale depuis 2003. Le nombre d'heures produites est passé de 72 heures en 2003 à 173 heures en 2013. De 3,5 \$ millions en 2003, le montant que les télédiffuseurs ont investi en licences a augmenté à 10.3 \$ millions en 2015. Enfin, le total combiné des budgets de production des membres de l'APFC a lui aussi plus que doublé passant de 13 \$ millions en 2003 à plus de 30 \$ millions en 2015. Lorsqu'on ajoute à ces budgets les multiplicateurs d'impact économique direct et indirect, l'activité de production télévisuelle a généré, à elle seule, des retombées de 1.2 \$ milliard entre 2003 à 2013. Du côté des projets numériques, le budget total en production dépasse le 1.5 \$ million pour 2013.

Pendant cette période, plusieurs émissions des producteurs indépendants francophones en situation minoritaire sont diffusées aux heures de pointe dans les antennes réseau des télédiffuseurs – *Destination Nor'Ouest, Pour l'Amour du Country, La Ruée vers l'Or, Belle-Baie, Motel Monstre, Le Clan*, pour n'en nommer que quelques-uns – et obtiennent des cotes d'écoute significatives, en plus de récolter plusieurs nominations aux Prix Gémeaux. Un grand nombre de documentaires produits par les membres de l'APFC ont aussi été primés lors de festivals internationaux. *Les enfants d'Armageddon* ont reçu le prestigieux prix de la Fédération internationale des droits de l'homme au Festival des libertés de Bruxelles en 2009 ainsi que huit autres prix. *Musique pour un monde nouveau* fut couronné du « Gold Remi » au Houston International Film Festival. Le documentaire *Champions grisonnants* a reçu la « Guirlande d'honneur » au 27e Festival de cinéma et de télévision sportive de Milan. *Zachary Richard, toujours batailleur* s'est vu remettre deux « Prix La vague » au 30e Festival international de cinéma francophone en Acadie (FICFA) en 2016. Les productions numériques ne sont pas en reste. Les producteurs indépendants de l'APFC ont décroché plusieurs nominations pour le meilleur site web aux prix Numix et aux prix Gémeaux pour entre autres le magazine *Ruby* et les séries jeunesse *Mon Premier Emploi* et *Motel Monstre*.

L'APFC est un organisme phare de la francophonie canadienne qui a su établir des partenariats significatifs avec des agences culturelles et des institutions telles que Téléfilm Canada, le Fonds des médias du Canada (FMC), l'ONF et le CRTC. Elle a développé des liens privilégiés avec l'ensemble des télédiffuseurs publics et privés.

Grâce à ses interventions et les liens étroits qu'elle entretient avec ces intervenants, l'APFC a atteint de nombreux résultats dont le plus probant est l'établissement du Programme de production de langue française en milieu minoritaire du FMC. Cette mesure spéciale a fait ses preuves à plusieurs égards. En plus d'assurer une distribution plus équitable des fonds destinés aux productions canadiennes, elle permet de porter la réalité du million de francophones vivant en milieu minoritaire à l'écran. De ce fait, elle contribue à la capacité du système canadien de radiodiffusion d'atteindre les objectifs de politiques publiques sur lesquels il s'est édifié.

DÉVELOPPEMENT

1) PROFITER DES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE

Un système culturel qui appuie les créateurs et respecte les choix des citoyens est un système qui reflète la diversité de ces citoyens et reconnaît le talent et l'expertise des créateurs à travers le pays. Un système culturel en santé en est un qui appuie la production d'œuvres originales et la formation des artisans, permettant aux créateurs d'évoluer et demeurer à la fine pointe de leur art et de leur métier.

L'innovation est synonyme de prise de risque, ce qui exige un engagement fort à investir dans notre potentiel créatif. Il faut oser pour se positionner comme leader sur la scène mondiale. Comme la ministre Joly l'indiquait au Comité permanent du Patrimoine canadien en août 2016 : « On a un rôle de leadership à jouer sur la scène internationale, mais ça part du fait qu'on veut s'assurer d'appuyer nos communautés, d'appuyer nos artistes, d'appuyer nos artisans. »

Ensuite, faut-il promouvoir et faire rayonner ce talent canadien autant chez soi qu'à l'étranger. Les transformations profondes qu'engendre l'émergence de la culture numérique représentent des opportunités à saisir dans la mesure où nos produits culturels sont mis en valeur et profitent équitablement des initiatives de développement de marchés. Nous devons susciter, encourager et alimenter la création que nous savons de calibre international et digne de reconnaissance; que nous avons en abondance dans toute sa diversité (francophones, anglophones et autochtones); cette diversité qui nous rassemble et qui contribue à la richesse du pays et au double potentiel culturel et économique. Il faut croire en notre identité, nourrir notre image pour qu'elle se démarque et ça commence par nous tous : entrepreneurs, citoyens, gouvernements, ont tous un rôle à jouer pour définir et valoriser ce que nous sommes. La culture franco-canadienne est indissociable de la spécificité du Canada. Elle fait partie de notre histoire, ayant évolué partout au pays, contribuant à bâtir un Canada bilingue et multiculturel. Nous y travaillons depuis longtemps et nous continuons d'y investir temps et énergie, car nous y croyons.

L'industrie francophone de la télévision, du film et du contenu numérique contribue à cette richesse en offrant du contenu canadien aux communautés francophones et acadienne du Canada, mais aussi en faisant connaître notre culture à l'échelle nationale et internationale. C'est pourquoi une industrie de la production francophone de qualité doit être bien financée si elle veut compétitionner tant sur le marché québécois qu'à l'internationale. Il suffit qu'elle ait un accès équitable aux opportunités et aux marchés. Nous devons outiller et soutenir nos

créateurs, nos producteurs et la relève, qui sont source de renouvellement du secteur des arts, de la culture et des industries culturelles et forment la base d'une économie créative florissante.

La conjoncture des nouveaux investissements en arts et culture avec la révision des politiques culturelles ainsi que l'élaboration du nouveau plan pour les langues officielles doit permettre de stimuler la croissance du milieu. Nous devons rattraper le retard et mettre à niveau nos compétences et connaissances pour permettre aux talents et entrepreneurs de suivre l'évolution du secteur.

Afin d'avoir une incidence concrète sur le développement de notre secteur, le Canada doit modifier et actualiser les mécanismes et leviers gouvernementaux pour s'assurer que les impacts de cette nouvelle infusion dans le secteur culturel se fassent sentir dans toutes les CFSM, et parviennent aux créateurs et entrepreneurs culturels de la francophonie qui les animent. Cette transformation vise autant les agences, les institutions et les ministères de soutien à l'industrie et à la création que celles de la diplomatie, de l'économie, de l'innovation et du patrimoine.

Le respect des différences et la possibilité pour tous de s'épanouir à travers des politiques qui reconnaissent la valeur des cultures francophones, anglophones et autochtones sont des caractéristiques pour lesquelles le Canada est reconnu partout dans le monde. La *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* adoptée par la Conférence générale de l'UNESCO en 2001 promeut le principe que la diversité culturelle « s'incarne dans l'originalité et la pluralité des identités qui caractérisent les groupes et les sociétés composant l'humanité. Source d'échanges, d'innovation et de créativité, la diversité culturelle est, pour le genre humain, aussi nécessaire qu'est la biodiversité dans l'ordre du vivant. En ce sens, elle constitue le patrimoine commun de l'humanité et elle doit être reconnue et affirmée au bénéfice des générations présentes et des générations futures. »

Le nouveau plan des langues officielles du Canada doit refléter ce principe et permettre aux CLOSM de se développer à leur pleine capacité pour ainsi contribuer à l'essor de leur région et du pays.

Parallèlement aux investissements qui seront consacrés au nouveau plan gouvernemental pour les langues officielles, plusieurs agences fédérales de soutien aux arts et à la culture (le CAC, l'ONF, Téléfilm Canada et la SRC) ont reçu des augmentations significatives de leurs crédits parlementaires lors du dernier budget fédéral. Il est primordial que ces agences prennent des engagements clairs et concrets pour favoriser le développement et

l'épanouissement des arts et de la culture dans les communautés francophones et acadienne du Canada.

De là l'importance pour le secteur d'être bien représenté. Le rôle de l'APFC dans cet objectif est de demeurer à l'affût de nouvelles tendances; de permettre aux producteurs d'accéder aux décideurs et aux leaders de l'industrie; de développer des partenariats qui misent sur les forces de chacun; de concerter le milieu et d'offrir l'appui nécessaire pour que l'industrie se développe pleinement et puisse compétitionner sur tous les marchés qui s'ouvrent à elle. L'APFC agit comme premier interlocuteur avec les intervenants et acteurs du milieu dans l'objectif de faciliter une véritable coordination horizontale entre les diverses agences fédérales qui financent la production du contenu canadien et interviennent pour soutenir le milieu de la production médiatique en milieu minoritaire.

2) CONTENU CANADIEN À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE

Les productions médiatiques des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM) sont une partie importante du paysage culturel canadien qui doit être reflétée dans la culture numérique présentement en développement au Canada et sur la scène mondiale.

Au cours des quinze dernières années, les technologies numériques ont pris de plus en plus de place dans le secteur de la production médiatique. L'avènement des technologies des dernières années a amené de profonds bouleversements dans la consommation et les pratiques culturelles d'aujourd'hui. Il est désormais impossible d'ignorer l'environnement numérique dans lequel nous vivons, puisque celui-ci a des répercussions profondes, parfois positives, parfois négatives, sur tous les segments de la chaîne de création, production, distribution, promotion et consommation des produits culturels.

Les créateurs et entreprises culturelles des CFSM ont besoin de dispositions particulières relatives à l'infrastructure numérique pour que, non seulement ils y soient bien représentés, mais aussi pour leur permettre de mutualiser des ressources et participer à des échanges et à des occasions d'apprentissage de différentes communautés de savoir et de pratique. Il faut faciliter chez les producteurs francophones indépendants en milieu minoritaire, l'acquisition de compétences requises pour concevoir et développer du contenu de manière à ce qu'il puisse être décliné sur les nouvelles plateformes de diffusion.

Si l'accès à un contenu canadien de haute qualité est au cœur de la réflexion sur l'avenir du numérique, nous devons développer des modèles d'affaires qui mettent en valeur les

œuvres de nos créateurs et producteurs de manière adéquate. La production médiatique francophone en situation minoritaire doit faire partie de la stratégie d'innovation du gouvernement de manière transversale, à travers tous les ministères concernés.

À l'ère de la convergence des moyens de diffusion et de la transformation radicale des habitudes d'écoutes, particulièrement chez les jeunes, le secteur du contenu numérique devient la voie de l'avenir en matière de télévision. La présence du français en général et des communautés francophones en particulier dans l'univers multi plateformes constitue donc un enjeu de développement incontournable. Malgré les possibilités croissantes offertes par l'Internet pour rejoindre de nouveaux publics et l'incursion progressive des producteurs dans la production du contenu numérique, la diffusion sur internet, en français et en anglais, demeure peu rentable et doit pouvoir compter sur un financement public. À l'heure actuelle, il est impossible de réunir la totalité des fonds que nécessite la déclinaison numérique des productions télévisuelles. Les programmes de financement fédéraux et provinciaux doivent être mieux adaptés pour soutenir cette innovation. L'APFC compte veiller au grain afin d'assurer que ses membres soient bien outillés pour participer pleinement à la migration vers de nouvelles plateformes de diffusion. Elle travaillera également à mettre en place des initiatives collectives de diffusion et de promotion de la production franco-canadienne sur le web.

Le financement de la production et la réglementation des acteurs de l'industrie

L'accès aux ondes, un bien public, est un privilège dont la contrepartie est cette obligation de retourner à la collectivité une partie infime des revenus, parfois très élevés, qui sont générés par ceux qui les exploitent. Tel est le principe sur lequel sont fondés les lois et les règlements du système canadien de radiodiffusion. Or, celui-ci vit présentement une période trouble marquée par un environnement numérique fortement mondialisé dans lequel de très grandes corporations multinationales, pour la plupart étrangères et anglophones, contrôlent des pans importants de la production et de la distribution de contenus numériques. Cette situation a modifié en profondeur l'équilibre dans le marché très fragile de la production numérique canadienne. Alors que les grandes corporations étrangères prennent de plus en plus d'espace dans l'univers numérique canadien, il devient impératif que le gouvernement canadien mette en place les outils nécessaires (taxation et réglementation) afin que ces grands joueurs contribuent à la vitalité de nos milieux culturels pour qu'ils demeurent compétitifs et pertinents.

Ce déséquilibre est d'autant plus troublant pour la francophonie canadienne pour qui l'accès à l'écran, peu importe la grandeur, a toujours représenté un défi, une lutte, en même temps qu'une condition fondamentale à son existence et à son évolution. Nonobstant la qualité des productions et leurs percées en termes de cotes d'écoute, la logique de marché fondée sur

le nombre d'auditeurs ne peut, à elle seule, assurer la survie de la production en milieu minoritaire.

La politique culturelle canadienne a toujours reposé sur quatre grands piliers qui doivent également guider l'action du gouvernement dans l'univers numérique :

- les règles de propriété canadienne dans le domaine de la radiodiffusion et des médias écrits;
- les quotas de contenus canadiens;
- la contribution des diffuseurs à la production canadienne grâce à des fonds publics et privés;
- le droit à une rémunération équitable pour les détenteurs de droits d'auteur.

À l'instar de plusieurs autres organisations du domaine des arts et de la culture, notamment la Coalition canadienne des arts et la Fédération culturelle canadienne-française (FCCF), l'APFC demande au gouvernement canadien de mettre en place une réglementation solide permettant de maintenir ces principes dans l'univers numérique.

Sachant que la majorité des radiodiffuseurs nationaux sont en processus de renouvellement de leur licence au cours des prochaines années, l'APFC assurera la voix des producteurs francophones en région sur les enjeux, les droits et les aspirations des CFSM en matière de politiques canadiennes de radiodiffusion, particulièrement dans le secteur de la production médiatique lors des audiences du CRTC.

RECOMMANDATIONS

Alors que les modèles de financement du contenu canadien s'éloignent du système traditionnel de diffusion, nous devons, pour survivre, réinventer la manière d'interpeller les joueurs corporatifs de la chaîne numérique pour assurer le financement provenant du secteur privé.

- Une redevance culturelle obligatoire imposée aux fournisseurs d'accès Internet (FAI) et aux services par contournement qui contribuerait au financement de la production numérique nationale
- La modernisation de la loi sur le droit d'auteur permettant d'assurer une juste rémunération aux artistes, créateurs, et tous les intervenants de la chaîne de création, production et diffusion.

- Un pourcentage de la vente aux enchères du spectre réservé aux services sans fil évolués pour financer la production de contenus canadiens.
- Une taxe « culturelle » sur tous les appareils permettant la lecture des contenus numériques à l'exemple de la redevance qui était perçue sur les supports analogiques vierges (notamment les cassettes audio).

Le développement de compétences et les besoins d'accompagnement des créateurs et producteurs dans la transformation numérique

La transformation numérique fait désormais partie intégrante des activités professionnelles des artistes et des travailleurs culturels canadiens. Or, plusieurs professionnels du milieu des arts rapportent de nouvelles problématiques engendrées par l'arrivée de ces technologies (Source : Guy Bellavance et Guillaume Sirois, *Chantier sur l'adaptation des droits d'auteur à l'ère numérique. État des lieux du secteur Arts de la scène et muséologie*, Montréal, Institut national de la recherche scientifique – Centre Urbanisation Culture Société). Il faut noter, entre autres :

- La difficulté à suivre les développements technologiques très rapides.
- Les besoins en formation pour être en mesure de bien utiliser les possibilités offertes par les technologies numériques.
- Les coûts importants que représentent aujourd'hui l'achat, le maintien et le remplacement de l'équipement technologique.

C'est pourquoi le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) notait déjà, en 2011, « la nécessité d'accroître les compétences associées au numérique dans les milieux culturels. » (Source : Conseil des ressources humaines du secteur culturel, *Culture 3.0 : Impact des technologies numériques émergentes sur les ressources humaines du secteur culturel*, Ottawa, CRHSC.)

Au-delà du développement des compétences spécialisées, le renforcement des capacités des organismes et des entreprises culturelles est nécessaire, non seulement pour leur permettre d'effectuer la transition vers le numérique, mais de participer pleinement à l'émergence d'une culture numérique.

RECOMMANDATIONS

Nous envisageons un avenir où l'innovation et la créativité sont explorées dans des laboratoires d'innovation à travers le pays. Des carrefours, où se croisent les secteurs des arts, des industries culturelles et de la technologie, pour repousser les limites du possible en partageant leurs connaissances et leurs expertises de manière à créer de nouveaux contenus originaux et de nouveaux modèles d'entreprises pour dégager de nouvelles chaînes de valeur pour les Canadiens et Canadiennes, ainsi que les créateurs et producteurs.

À cette initiative de partage de savoir-faire et développement de compétences, s'ajoutent des mesures pour permettre au milieu de se doter des outils nécessaires pour s'adapter et répondre aux transformations numériques.

- Un programme de soutien à l'acquisition et au maintien de l'équipement technique.
- Un programme de mentorat inversé : de jeunes créateurs habiles avec les technologies accompagnent des créateurs chevronnés
- Un programme d'incubateur et d'accélérateur pour le développement de contenus numériques
- Un fonds de recherche pour examiner et comprendre l'état de l'industrie, étudier les forces du marché, évaluer les stratégies d'intervention.

L'accès à la large bande passante dans tout le pays est un préalable pour que l'ensemble de la population canadienne puisse participer à la culture numérique

Le 21 décembre 2016, le président et premier dirigeant du CRTC, Jean-Pierre Blais, déclarait « L'accès à un service Internet à large bande est fondamental et est un service de télécommunication de base que tous les Canadiens sont en droit de recevoir. » Cette déclaration s'accompagnait de la création d'un nouveau fonds de 750 \$ million pour offrir ce service aux régions mal desservies. L'APFC se réjouit de ce développement et nous encourageons le gouvernement à faire en sorte que les CFA du Canada ne soient pas laissées-pour-compte dans l'expansion de cette infrastructure clé pour l'avenir des communautés.

On trouve des CFA dans toutes les provinces et tous les territoires du Canada. De très nombreuses communautés francophones minoritaires sont situées dans les régions rurales du pays et se trouvent donc très éloignées géographiquement des grands centres. Or, l'accès à Internet haute vitesse, nécessaire à la consommation de plusieurs produits culturels et à

l'exercice démocratique des citoyens, n'est pas offert dans plusieurs de ces régions ou encore, offert qu'à des prix exorbitants.

Comme c'est le cas pour l'abonnement à la télévision par câble ou satellite, l'APFC souhaite que tous les citoyens du Canada aient accès désormais à des forfaits abordables d'accès Internet illimité sans plafonnement, et ce, sans égard à l'endroit où ils résident au pays. Les œuvres de nos créateurs et producteurs francophones doivent pouvoir rejoindre un vaste public dans toutes les régions du pays.

La nécessité de travailler sur la découvrabilité des contenus culturels des communautés francophones en situation minoritaire dans l'environnement numérique

Il existe désormais un très grand nombre de plateformes sur lesquelles les producteurs peuvent diffuser leurs contenus numériques. Or, dans cette mer de contenus des plus variés, l'enjeu principal est de se démarquer afin que les contenus rejoignent les auditoires potentiellement intéressés.

En général, les représentants de la production médiatique ne sont pas en faveur de la création de nouvelles plateformes pour la diffusion de contenus particuliers, puisqu'il apparaît illusoire de tenter de compétitionner contre les géants de l'industrie du numérique.

Ainsi, comme le proposait le Sommet sur la découvrabilité, organisé conjointement par le CRTC et l'ONF, le défi aujourd'hui est de mettre en valeur notre contenu dans une époque de surabondance de contenus. Le gouvernement canadien pourrait donc contribuer à cet effort en soutenant des initiatives visant à faire la promotion des contenus numériques des communautés francophones en situation minoritaire.

RECOMMANDATIONS

Les industries culturelles doivent faire partie de la stratégie d'innovation du gouvernement de manière transversale, à travers tous les ministères concernés et leurs initiatives doivent être complémentaires.

- Une initiative de promotion ciblée pour mettre en valeur les contenus artistiques et culturels francophones et acadien sur certaines plateformes de diffusion ciblées au Canada et à l'étranger.
- Le développement, avec certains agrégateurs de contenu, de listes ou des chaînes de contenus francophones et acadien (à l'exemple de l'Espace francophonie sur le site ONF.ca)

- Un groupe de travail sur la production et la promotion des contenus numériques réunissant l'APFC, l'ONF, le PCH, la SRC et Téléfilm Canada.
- Des stratégies pour mieux promouvoir les productions régionales dans les sites internet des télédiffuseurs.

3) EXPORTATION & IMAGE DE MARQUE

Les arts et la culture de la francophonie canadienne sont une composante essentielle de l'identité canadienne. C'est pourquoi ceux-ci doivent faire partie intégrante des efforts diplomatiques du Canada sur la scène internationale.

Les objectifs des investissements doivent refléter les réalités et les besoins de la communauté artistique canadienne.

Les objectifs de l'ancien programme Promart étaient très attentifs aux réalités et aux besoins des milieux artistiques canadiens. On pouvait lire ceci, par exemple, dans les objectifs :

- « améliorer les débouchés professionnels à l'étranger pour les artistes canadiens et trouver de nouveaux marchés pour les produits canadiens » ;
- « démontrer, ici et à l'étranger, que grâce à son caractère distinctif et énergique, le Canada occupe maintenant une place de choix sur la scène internationale en matière d'excellence artistique ».

Il est important que les initiatives appuyées puissent servir à la fois les objectifs du Canada en matière de relations extérieures et les objectifs des milieux artistiques et culturels canadiens. Les investissements devraient promouvoir l'identité canadienne dans toute sa diversité et développer de nouveaux marchés de manière à favoriser l'employabilité de nos artistes et la croissance économique de nos entreprises culturelles.

Le positionnement de la production médiatique sur la scène internationale est un processus de longue durée qui exige un investissement de temps important. Les relations internationales et le développement de marché à l'étranger ne se font pas seulement par voie de présentation d'œuvres achevées. Ils se soldent aussi par le déploiement d'initiatives, qui encouragent les partenariats dans la coproduction, les résidences, les échanges entre créateurs et producteurs de contenu; tous impliquant des efforts de réseautage.

La pratique artistique en milieu minoritaire s'accompagne de réalités particulières qu'il est essentiel de prendre en compte. On note, entre autres, que :

- Les créateurs régionaux sont confrontés à un énorme désavantage en raison des structures décisionnelles centralisées du Canada. Les occasions de rencontres entre producteurs et diffuseurs, distributeurs et subventionneurs sont essentielles pour établir des relations de confiance.
- La dispersion des créateurs et producteurs francophones sur un très grand territoire entraîne des difficultés pour rejoindre les marchés locaux et nationaux. Or, comme le notait le rapport du Conseil des arts du Canada sur la *Stratégie d'accès aux marchés pour les artistes et les organismes des CLOSM*, le développement des marchés se fait généralement par étape, et le travail sur le marché national sert souvent de tremplin pour atteindre les marchés internationaux.
- Le manque de structures de représentation (agents, distributeurs, etc.) entrave la bonne représentation des producteurs et des créateurs francophones dans le marché national et, par conséquent, dans le marché international.
- Le processus d'attribution des fonds publics est très compétitif et ne tient pas compte, la plupart du temps, des réalités particulières qu'impose la pratique artistique en milieu minoritaire (notamment les défis particuliers liés à la diffusion des œuvres en contexte minoritaire).
- Les marchés de l'exportation sont souvent considérés comme 3^e marché dans l'ordre de priorité. Le marché de la francophonie canadienne et celui du Québec étant les deux premiers. Par conséquent, les efforts et ressources matérielles et financières que peuvent y consacrer nos industries culturelles sont limités.

Nous sommes tous convaincus de l'importance de faire rayonner nos œuvres ailleurs dans le monde, afin de créer un échange culturel enrichissant et donner de nouveaux élan à nos artistes et artisans. La francophonie internationale à elle seule offre de nombreuses possibilités de développement de marchés. Cependant, toutes les œuvres ne sont pas forcément exportables. Ce n'est pas parce qu'elles sont conçues pour un public de proximité qu'elles méritent moins de respect et d'appréciation. Notre clientèle première demeure les communautés francophones en situation minoritaire, mais nous souhaitons également bâtir des ponts avec le reste de la population canadienne, intéresser les Québécois francophones à notre culture, et offrir nos contenus aux francophiles et « franco-curieux », partout au pays.

Nous ne pensons pas que le système culturel canadien doit se calquer sur celui de notre voisin du Sud. L'industrie américaine repose sur de grands conglomerats, dont la principale raison d'être est de faire des profits. Les Canadiens se sont toujours différenciés de ce modèle purement commercial en encourageant l'excellence et la créativité dans le développement de contenus originaux, hors cadre et hors-norme. Cette approche « procréateurs » a été très payante et a permis au Canada de se tailler une place de choix dans le monde. Une politique culturelle canadienne qui reconnaît cette différence fondamentale entre nos systèmes et valorise l'originalité, plutôt que la rentabilité à tout prix, nous assurera une voix distincte et pertinente à l'échelle mondiale.

En arrimant les diverses initiatives de financement pour les rendre complémentaires de manière à soutenir l'ensemble des activités nécessaires au développement de nouveaux marchés, nous conserverons des industries culturelles pertinentes, susceptibles de rejoindre tous les publics. Assurons une place dans notre écosystème pour tous les genres de contenu original. La multiplicité des voix canadiennes pouvant s'exprimer par la création en fait sa richesse. Reconnaissons la spécificité du peuple canadien et célébrons ses valeurs.

Les initiatives de promotion de la culture canadienne doivent refléter la diversité des voix francophones présentes au Canada.

Il est essentiel que les initiatives de promotion de la culture canadienne sur la scène internationale énoncent clairement, dans leurs objectifs, l'importance de promouvoir équitablement les expressions artistiques des deux communautés de langues officielles au Canada.

La réalité du pays fait en sorte qu'une partie très importante des expressions artistiques francophones provient d'une seule province (le Québec). Ainsi, le premier réflexe des institutions est souvent de favoriser les contenus et les œuvres venus du Québec (souvent plus connus et reconnus par les jurys et responsables des programmes). Toutefois, si l'on veut refléter de manière adéquate la réalité de la production artistique nationale, il est essentiel que les initiatives fassent la promotion des expressions artistiques francophones et acadienne issues de toutes les provinces et de tous les territoires du Canada.

Par le passé, Promart a fait à l'occasion une grande place à ces expressions artistiques, notamment pendant les années suivantes : en 2005-2006 : 31 projets soutenus pour un total de 373 125 \$; et en 2006-2007 : 24 projets soutenus pour un total de 255 900 \$. L'APFC encourage le gouvernement canadien à poursuivre ces efforts de promotion de la culture franco-canadienne sur la scène internationale.

Les investissements doivent contribuer à consolider les structures de soutien professionnel au développement de marché à l'international.

La révolution numérique a bouleversé nos industries culturelles et la chaîne économique traditionnelle. Par contre, pour les CLOSM, cette révolution a également signifié l'apparition de nouvelles opportunités, notamment en démocratisant les moyens de production. Aujourd'hui, les produits culturels des CLOSM rivalisent aisément avec les meilleurs de la scène mondiale.

La réussite sur les marchés internationaux ne repose cependant pas uniquement sur la qualité de la production. Elle repose également sur sa mise en marché. Au cours des dernières années, les CLOSM ont vu apparaître un certain nombre de nouveaux producteurs de contenu, mais, qui n'évoluent pas à la même vitesse. Le soutien professionnel apparaît essentiel pour le développement de marché à l'international. Si la notoriété internationale des artistes canadiens déjà connus à l'étranger est certainement à cultiver, il faut également que les investissements puissent permettre aux jeunes créateurs de faire leurs premiers pas sur la scène internationale. Nous estimons que les nouveaux investissements du gouvernement du Canada doivent miser sur leur contribution et doivent mieux les soutenir dans leurs efforts de développement.

La petitesse des marchés de base dans les CLOSM limite les fenêtres de diffusion des producteurs indépendants. L'exportation apparaît comme une nécessité pour rentabiliser ces activités. Or, en matière de développement de marché à l'international pour les industries culturelles, les CLOSM se trouvent un peu coincer entre un Québec qui développe jalousement son image de marque, surtout dans les marchés internationaux francophones, et des initiatives canadiennes qui n'ont pas le réflexe de les intégrer.

RECOMMANDATIONS

- Les investissements devraient inclure des incitatifs à la coproduction avec le Québec et avec les pays de la francophonie internationale.
- Le financement devrait permettre de soigner l'image de marque des communautés francophones et acadiennes sur les marchés développés et d'explorer de nouveaux marchés.
- Le financement devrait couvrir le démarchage, le réseautage, la promotion collective et la professionnalisation (à l'exportation), de même que le développement et la mise à jour d'outils de promotion numérique en encourageant, par exemple, la présence soutenue des producteurs et réalisateurs aux événements nationaux et internationaux en télévision et

cinéma (Banff, Mip-TV, Festival de télévision de Cannes, Hot-Docs à Toronto, Sunny Side à LaRochelle).

- Le financement devrait permettre de mieux préparer (formation) les créateurs et les producteurs aux conditions de l'exportation.
- Les services de missions devraient agir à titre d'entremetteur en ciblant des partenaires potentiels et facilitant l'organisation des rencontres selon les marchés prioritaires identifiés par le secteur.
- Les investissements devraient s'opérer par l'intermédiaire de partenaires stratégiques ayant une expertise dans la gestion d'initiatives visant le développement de marché à l'international, tels que Téléfilm et le Fonds des médias.
- Les initiatives portées par toutes les agences fédérales devraient être coordonnées de manière à se compléter pour assurer le plus grand impact.

4) DYNAMISER L'INDUSTRIE ET NOS COLLECTIVITÉS:

Dans un univers où les principaux vecteurs culturels et d'information que sont la télévision, le cinéma, le numérique et l'Internet façonnent notre vision du monde, le secteur de la production télévisuelle, cinématographique et numérique est devenu un levier fondamental au devenir des communautés francophones en situation minoritaire. Grâce au talent d'une communauté dynamique de producteurs, de cinéastes, de scénaristes et d'artisans dans plusieurs régions du pays, leurs voix, leurs images et leur créativité contribuent de plus en plus à la richesse et à la diversité du contenu canadien.

La vitalité de nos collectivités passe par un secteur de la production médiatique dynamique et croissant, capable de se tailler une place de choix sur la scène nationale et internationale. Des institutions phares telles l'ONF, Radio-Canada, le CAC, Téléfilm et le FMC; des législations (Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur le CRTC), des programmes incitatifs (crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle) sont l'expression de politiques et de programmes qui protègent et promeuvent la création de contenu canadien reflétant la diversité linguistique, culturelle et géographique du Canada. Tous ces éléments forment une base solide sur laquelle nous pouvons nous appuyer pour encourager la production, la commercialisation et la promotion du contenu culturel canadien aux niveaux national et international. Les mécanismes étant en place, il faut maintenant les adapter pour répondre aux besoins d'un secteur en transformation et étendre leur influence en améliorant leur accès pour que tous puissent bénéficier des opportunités de croissance dans leurs communautés.

Les agences fédérales doivent prendre des engagements clairs et concrets appuyer les efforts des Programmes d'appuis aux langues officielles

Nous connaissons bien les succès d'initiatives taillées sur mesure pour répondre aux défis spécifiques à la production en milieu minoritaire. L'établissement d'une enveloppe spéciale en développement à Téléfilm; l'immersion annuelle des producteurs à Montréal avec les télédiffuseurs pour diversifier les fenêtres de diffusion; les activités ponctuelles de formation en production, en scénarisation et en réalisation comptent parmi les plus significatives du Partenariat interministériel avec les communautés de langues officielles (PICLO) et se sont avérées de grand succès. Ces réussites sont autant d'exemples de ce que Téléfilm Canada, l'ONF et la SRC peuvent accomplir lorsque les moyens dont ils disposent sont à la mesure des obligations que la Loi sur les langues officielles (LLO) leur impose.

Nous respectons l'indépendance et l'autonomie de la gestion des agences qui composent le portefeuille du ministère du Patrimoine canadien, mais nous croyons que le gouvernement peut développer des mécanismes pour permettre aux agences de mieux s'acquitter de leurs responsabilités, plus particulièrement en ce qui a trait à la partie VII de la LLO.

La conjoncture des nouveaux investissements dans le secteur des arts et de la culture, accompagné de la révision de la politique culturelle canadienne ainsi que l'élaboration du nouveau plan pour les langues officielles présente les conditions idéales pour renforcer la capacité du milieu à demeurer compétitif et pertinent, entre autres, dans les champs de compétence que sont l'international et le numérique. Nous croyons qu'il faut mettre à profit l'expertise développée par les agences culturelles canadiennes et nos entrepreneurs et créateurs n'en demandent pas moins : pouvoir tirer avantage du savoir-faire et de la réputation internationale dont jouit le Canada.

Maintenir un bassin d'artistes, d'artisans et de personnel de production dans toutes les régions du Canada

Pour que nos communautés puissent bénéficier d'une véritable vitalité culturelle, les intervenants en arts et culture doivent maîtriser certaines compétences et pouvoir continuer de se parfaire et de se renouveler tout au long de leur cheminement professionnel. Plusieurs facteurs concourent à rendre cet enjeu particulièrement sensible dans les CFSM.

L'éloignement géographique entrave l'accessibilité à des formations spécialisées dans le domaine des arts et de la culture en français. Le contexte linguistique minoritaire accentue l'isolement des créateurs et artisans quant aux formations spécialisées et contribue à l'assimilation. Cette situation occasionne des défis de taille pour le recrutement, le maintien et le perfectionnement du capital humain, ainsi que pour la valorisation de ce choix de carrière.

Que ce soit pour maintenir leurs activités de production actuelles, développer de nouvelles aires de production, tels le long métrage ou la série de fiction, ou migrer vers des plateformes numériques, les producteurs francophones en milieu minoritaire font face au défi récurrent de constituer des équipes possédant l'ensemble des qualifications nécessaires aux impératifs administratifs, techniques et créatifs de leurs projets, tant à l'étape de pré-développement, de développement, de production que de postproduction. L'accès en région à un bassin de ressources humaines francophones formées et qualifiées, en nombre suffisant, est un enjeu crucial pour l'avenir de l'industrie médiatique dans les CFA.

La formation continue est devenue un élément essentiel de tout parcours professionnel, particulièrement dans un environnement comme celui de la production médiatique qui évolue très rapidement. Les investissements en formation permettent de rendre les entreprises culturelles plus efficaces et plus innovantes. Les programmes de formation sont essentiels pour assurer la relève dans les entreprises culturelles de la francophonie canadienne, et ainsi faire en sorte qu'elles pourront demeurer fortes et vivantes. « Les nouvelles technologies et la mondialisation représentent d'extraordinaires possibilités d'emploi dans les professions de la culture. Par contre, sans le soutien financier nécessaire pour améliorer les compétences et saisir ces possibilités, ces mêmes facteurs représentent un obstacle supplémentaire que le secteur doit absolument surmonter pour réussir. » (Source : CRHSC, *Information sur le marché du travail du secteur culturel canadien*, mars 2010.)

RECOMMANDATIONS

Pour rester compétitif et pertinent, entre autres, dans les champs de compétence que sont l'international et le numérique, le nouveau plan gouvernemental pour les langues officielles devrait soutenir le développement professionnel du secteur culturel.

- La mise en oeuvre d'un cadre permettant une meilleure concertation entre les diverses agences qui soutiennent la création et la production pour favoriser l'arrimage entre les programmes.
- Le soutien au développement professionnel du secteur par la transmission du savoir-faire et de l'expertise développé au Canada.

- La création d'un volet (ou réserver un montant, p. ex. 3,5 %) au Fonds du Canada pour la formation dans le secteur des arts pour appuyer des initiatives de la francophonie canadienne.
- La création d'un programme de formation en partenariat avec certaines régions du Québec qui vivent des réalités similaires.
- La mise en place d'un programme de mentorat pour les jeunes leaders.
- L'établissement d'un programme de formation en milieu de travail pour les équipes de production visant la bonification de leurs compétences.

Les stages de formation des artistes du théâtre au Centre Banff, initiative portée par l'ATFC, sont un exemple de programme qui répond aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Cette initiative est une collaboration entre le Banff Centre et l'École nationale de théâtre du Canada (deux bénéficiaires du programme FCFS) et l'ATFC. Ces ateliers ont lieu avec succès depuis 2011 et ont donné une formation en théâtre à 15-20 étudiants chaque année.

Le rôle de l'APFC comme catalyseur du dynamisme de l'industrie médiatique

Depuis sa création en 1999, les interventions de l'APFC auprès des instances décisionnelles du gouvernement et de l'industrie, ainsi que les partenariats instaurés avec plusieurs institutions, telles Téléfilm Canada, l'ONF, Radio-Canada, le FMC et d'autres, ont favorisé un essor remarquable. Suscitant la collaboration et l'appui de nombreux intervenants, des actions concertées sur le plan des politiques et de la représentation, de la diffusion, de la formation et du développement de marchés ont donné plusieurs résultats probants. L'APFC constitue par ailleurs un pont solide entre les 20 compagnies qui en sont membres aujourd'hui en leur offrant un forum national de rencontre, d'échanges et de concertation sur les grands dossiers du financement, de la diffusion, de la promotion et de la formation.

L'argent étant bien sûr le nerf de la guerre, l'instauration, en 2004, d'une part représentant 10 % de l'enveloppe francophone du Fonds des Médias du Canada (FMC) dédiée à la production en français en milieu minoritaire représente la réalisation la plus structurante. Cette initiative spéciale, connue sous le nom de *Programme de langue française en milieu minoritaire (PLFMM)*, est désormais inscrite en toutes lettres dans l'entente de contribution entre le Patrimoine canadien et le Fonds. Notons que ce pourcentage n'est pas un plafond, mais bien un seuil, puisque les projets des producteurs en situation minoritaire peuvent également recevoir du financement à même l'enveloppe de rendement des télédiffuseurs (ERT).

En 2015, le pourcentage de l'enveloppe francophone du FMC réservé aux francophones en milieu minoritaire s'élevait à 12 %. Cette augmentation s'explique en partie par un nombre plus élevé de dépôts de projets de haute qualité et la venue d'un nouveau joueur dans le paysage télévisuel : la chaîne Unis TV. L'APFC est extrêmement satisfaite des engagements en matière de programmation canadienne originale de la part d'Unis TV, soit 85 % de sa programmation totale. Nous ne pouvons ignorer l'impact considérable du déclenchement d'un nombre important de licences sur la consolidation de l'industrie de la production médiatique en région. Depuis sa mise en ondes, 11 nouvelles maisons de production ont vu le jour à l'extérieur du Québec et 30 % des productions originales déclenchés par Unis TV ont accédé au marché mondial. Cet investissement représente 5,6 millions de dollars en provenance du FMC en 2015. Une belle réussite qui promet davantage, mais qui s'accompagne d'un défi, celui de la compétitivité pour accéder aux fonds disponibles dans l'enveloppe du PLFMM.

Cette percée de la production indépendante en milieu minoritaire dans un univers jusque-là réservé au principal centre de production francophone qu'est Montréal n'est pas le fruit du hasard. Elle est attribuable aux démarches de l'APFC et à l'appui des institutions publiques, notamment le ministère du Patrimoine canadien, responsable de coordonner la mise en œuvre des articles 41 et 42 de la *Loi sur les langues officielles*. À cet égard, quelques initiatives dédiées à la production en milieu minoritaire ont été et demeurent déterminantes dans son évolution.

Sous l'égide de la Direction des Relations interministérielles et responsabilisation du Programme d'appui aux langues officielles du ministère du Patrimoine canadien, le Groupe de travail sur les arts médiatiques (GTAM) réunit annuellement l'ensemble des institutions publiques qui interviennent en production et en radiodiffusion. Suscitant la collaboration et l'appui de nombreux intervenants autour d'actions concertées sur le plan des politiques et de la représentation, de la formation et du développement de marchés, c'est un mécanisme particulièrement efficace de prise en compte des communautés dans l'élaboration de politiques et de programmes.

Il y a nul doute que de telles réalisations doivent être consolidées et maintenues pour permettre à l'industrie de poursuivre son développement dans un contexte linguistique minoritaire où elle occupe une place essentielle pour l'épanouissement de nos communautés. Pour cela, l'APFC a besoin d'un appui financier stable et pluriannuel de la part de Patrimoine canadien. Ce financement permettrait de renforcer les structures de l'organisme et de lui fournir les ressources humaines nécessaires à la réalisation de son mandat. Il servirait également à mieux concerter le milieu, et favoriser ainsi une collaboration entre les intervenants de sorte qu'il devienne plus prolifique, plus efficient et plus efficace. À l'heure

actuelle, et malgré la preuve de son impact sur le développement de nos communautés, le secteur de la production médiatique est la seule industrie culturelle qui n'obtient aucun financement de base de la part des Programmes d'appuis aux langues officielles.

La situation de cette industrie culturelle est fragile puisque certaines modifications du Fonds des médias du Canada, la baisse des enveloppes de rendement des diffuseurs et de leurs revenus publicitaires, la fin du FAPL, et les transformations engendrées par la mondialisation de l'environnement numérique influenceront son avenir. La crise du financement de l'industrie rattrape tous les producteurs, et encore plus ceux en situation minoritaire. Or, plus que jamais la francophonie canadienne a besoin d'une APFC forte et vigoureuse, apte à défendre les intérêts des producteurs, des créateurs, des artisans ainsi que la relève, mais également des consommateurs de contenus vivants dans les CFMS.

Présente à toutes les tables de travail, l'APFC est aujourd'hui une interlocutrice incontournable pour l'industrie, le gouvernement, les groupes représentant les communautés francophones, et ce grâce à sa professionnalisation, son expertise et l'engagement de ses membres. Elle contribue au développement du secteur de la production médiatique dans les CFMS, qui à son tour, contribue au développement des communautés elles-mêmes en attirant un bassin de créateurs et en permettant à ceux qui y vivent de s'épanouir et d'y rester.

Tout en contribuant à retenir les artisans, les artistes et les créateurs dans leurs milieux respectifs, les producteurs médiatiques ont pour mission de donner une voix à leurs communautés, de leur fournir un miroir dans lequel elles se reconnaissent ainsi que des occasions d'exprimer leur vision du Canada et du monde.

RECOMMANDATIONS

- L'augmentation du seuil du *Programme de langue française en milieu minoritaire (PLFMM)* à 15 % de l'enveloppe francophone au FMC.
- L'octroie d'un financement de base stable et pluriannuel à l'APFC à partir du Programme d'appui aux langues officielles.
- La distribution des productions des régions aux écoles francophones et d'immersion et aux bibliothèques publiques.
- Un pouvoir d'application à la LLO obligeant l'ensemble des ministères et agences visés par la Loi de développer des mesures de rendement en vertu de la partie VII dans leur plan d'action sur les langues officielles, en consultation avec les CLOSM.

CONCLUSION

L'APFC espère qu'en plus de réfléchir sur l'élaboration d'un nouveau plan d'action pluriannuel en matière de langues officielles pour le Canada, ces consultations seront aussi l'occasion d'avoir un nouveau regard sur le rôle essentiel que joue le milieu de la production médiatique francophone dans le développement de la vitalité des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM). Les producteurs indépendant francophones sont profondément attachés à leurs collectivités et sont bien placés pour raconter des histoires qui sont importantes pour les Canadiens. Ils sont également bien placés pour raconter ces histoires au monde entier.

Les consultations pancanadiennes entreprises par le gouvernement depuis les 12 derniers mois suscitent beaucoup de questions pour lesquels le milieu est aussi en quête de réponses. L'APFC souhaite travailler de près avec le gouvernement pour parvenir à des réponses et encourageons le gouvernement à poursuivre la conversation avec les représentants des communautés francophones en situation minoritaire. Nous espérons que ce dialogue continuera de manière collaborative avec nos partenaires fédéraux afin que les besoins et objectifs du secteur des arts, de la culture et des industries culturelles puissent être entendus tout au long de l'élaboration du nouveau plan d'action pour les langues officielles. Nous croyons que nos objectifs de développement sont tout à fait réalisables en s'appuyant sur des politiques et des leviers gouvernementaux qui permettent à l'industrie de la production indépendante francophone en milieu minoritaire de se développer et de prospérer dans la société canadienne.