



Consultation sur l'économie numérique

Mémoire présenté

par le

Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec

Montréal

2 juillet 2010

Accroître l'avantage artistique du Canada par le numérique

The technological advances of recent years have run rampant throughout the cultural sector. Even community-oriented cottage industries, from quiet libraries to Shakespearean theatre companies, have gone digital, real-time and globally accessible. Digital media avails creative opportunities never before imagined in all areas of the cultural sector, but also creates a new subsector unto itself. But new technologies have brought challenges relating to funding for capital investments, training and changing business models. ... However, the cultural sector has reacted to the Pandora's box of new technologies not only with cautious trepidation, but also with optimistic verve. Changes to the creative chain have opened up new markets and opportunities for employers and workers in the cultural sector. Intellectual property issues are being resurrected through ongoing debate and the push for new legislation. Overall, recognition of the need for changing attitudes and business models is widespread within the cultural sector. Technology is pushing the cultural sector to be innovative and forward-thinking in its design and operation. *Face Forward: Addressing Human Resource Issues in Canada's Cultural Sector, The Conference Board of Canada et le Conseil des ressources humaines du secteur culturel, June 2010*

On estime, au Québec, que plus de trois mille artistes ont choisi les arts visuels et ses divers modes de pratiques pour vivre de leur art. Ces pratiques sont les suivantes : la peinture, la sculpture¹, l'estampe, le dessin, l'illustration, la photographie², les arts textiles, l'installation, la performance et les arts médiatiques. Bien que l'on puisse croire que les innovations technologiques ont peu à voir avec la peinture ou l'art du dessin ou celui de l'illustration, les artistes ont eu recours depuis la nuit des temps à toute innovation qui leur a permis de faire évoluer leur mode d'expression³. C'est encore vrai aujourd'hui alors qu'ils utilisent les toutes nouvelles technologies ou techniques pour raffiner leurs méthodes ou alors carrément créer de nouvelles formes d'art, tels l'art web⁴, l'art virtuel, l'art audio, etc.

Par ailleurs, depuis le début des années 70, le Québec s'est doté d'un réseau de plus de soixante centres d'artistes gérés par des artistes professionnels, répartis sur l'ensemble du territoire, dans toutes les régions et dans les plus grandes villes, à l'exception du Grand Nord (où on retrouve par ailleurs un autre mode collectif, celui des coopératives inuites). Ce réseau de centres d'artistes comprend aussi bien des centres de diffusion (des galeries d'art contemporain) que des centres de production en sculpture, en estampe, en images numériques, en photographie, en vidéo, etc. Ils sont le cœur de l'art contemporain québécois, qu'on appelle également l'art actuel. C'est à partir d'eux qu'émergent les nouveaux artistes, que les galeries

¹ ... Bien d'autres aspects du sculptural se sont transformés avec les arts médiatiques et l'électrofacture. Certaines sculptures ont migré vers le Web, d'autres se sont combinés à l'image numérique, plusieurs ont quitté le registre du modelage, de la taille et de l'assemblage et émergent de procédés tels que la stéréolithographie ou la datagraphie. *Louise Poissant, Arts médiatiques et sculptures : quelques tendances. In Revue espace, été 2010, p. 11*

² ...On constate que, souvent, ceux des photographes qui recourent aux technologies numériques à des fins artistiques tendent souvent à dépasser des usages en poussant les possibilités techniques du numérique à un degré de maîtrise, d'innovation et de raffinement inaccessible au commun des photographes, généralement peu intéressés par des manipulations plus élaborées de l'image photographique. *Virer analogue, Alexis Desgagnés, in Revue ETC, juin, juillet, août 2010, p. 9*

³ Lorsqu'un artiste travaille avec l'assistance d'un logiciel 3D, il opère à partir des outils du logiciel et des paramètres qu'il décide de s'imposer. Et ses décisions découlant de ses choix inaugurent l'univers de l'imaginaire, celui qui crée les formes. Il s'agit de la pensée esthétique à l'œuvre. *Jocelyne Connoly, De l'analogie au numérique : penser autrement la sculpture, in Revue Espace, été 2010, p.8-9.*

⁴ Ces jeux virtuels ne donnent plus le vertige, mais attisent la curiosité, multiplient les laboratoires ou expériences en ligne, suscitent des installations virtuelles et l'écriture de nouvelles règles visuelles. Internet devient un espace d'exploration esthétique. *Claudine Dussolier et Géraldine Farage, in Revue ETC, no. 90, juin, juillet, août 2010, p. 41.*

privées et les musées peuvent choisir leurs futurs artistes, que les artistes désireux d'innover ou d'essayer de nouvelles techniques développent des projets novateurs d'exposition. Les centres d'artistes popularisent l'art, publient des ouvrages de diverses portées, interviennent dans la vie publique et quotidienne, organisent symposiums, festivals, conférences, rencontres, résidences. Ils font partie de nombreux réseaux internationaux, en organisant des échanges avec des partenaires de tous ordres hors Québec : galeries, musées, centres d'art, fonds d'art contemporain, fondations, etc. En Chine, en France, au Royaume-Uni, en Belgique, en Pologne, en Croatie, au Japon, au Brésil, en Argentine, au Mexique, pour n'en nommer que quelques-uns, partout, l'art contemporain québécois se montre, s'exporte, se collectionne et participe à la grande réputation culturelle du Québec et du Canada.

C'est en vertu de cette santé artistique et culturelle et de son avenir que nous avons cru nécessaire de participer à la consultation actuelle pour une stratégie sur l'économie numérique au Canada. D'entrée de jeu, nous sommes convaincus que si l'art a besoin des nouvelles technologies, les nouvelles technologies ont besoin de l'art et des artistes, autant pour qu'elles puissent en développer de nouveaux aspects que pour pérenniser la place de l'art et des artistes dans nos vies et dans celles de nos contemporains. La liberté artistique est un facteur déterminant de l'avancement des sociétés; elle seule assume le temps perdu, l'essai infructueux, la lenteur, la rêverie, la gratuité, pour produire des résultats inattendus, parfois inutiles mais toujours nécessaires!

Mais qu'en est-il des nouvelles technologies dans un tel contexte? Quelle place occupent-elles à l'heure actuelle et quels développements sommes-nous en droit d'attendre dans ce secteur non négligeable des arts visuels contemporains? Nous donnerons notre opinion sur les objectifs de la stratégie numérique canadienne, sur les étapes nécessaires et surtout sur la façon dont « les organismes sans but lucratif peuvent collaborer à l'élaboration d'une stratégie prometteuse. » Nous ne négligerons pas cependant celles que doivent développer les entreprises privées ou les organismes gouvernementaux à l'égard des OBNL en regard du soutien à ces avancées technologiques. Les mentions du Conseil des Arts du Canada et du Conseil des ressources humaines du secteur culturel nous convainquent que le document de consultation a bien relevé les incidences de l'art et de la culture sur des développements à saveur économique et culturel.

Technological advances are altering the media in which visual artists and craftspeople work. The visual arts and crafts subsector is being heavily influenced by digital media. Now, visual artists' traditional tools of canvas and paint are augmented and expanded by pixels and animation. The new technologies are providing exciting new possibilities to creative Canadians. But it also is challenging the subsector in a number of ways, including a demand to keep up with the latest technological skill sets. *Source: The Conference Board of Canada, 2010*⁵

Une véritable culture du numérique ne peut se réaliser que par une concertation de tous les acteurs politiques, économiques, sociaux et culturels du pays. Cette concertation est nécessaire afin que le développement de cette culture soit de même niveau et accessible à tous sur l'ensemble du territoire et dans tous les secteurs d'activités. La culture du numérique est basée sur la notion de réseau, de partage, d'échange et de participation. Il est clair que l'innovation est la clef de son développement. Nous sommes à l'aube d'une deuxième révolution dans les TIC; nous passons de l'ère de l'ordinateur personnel à celle du mobile et la majeure partie des innovations se feront dans ce contexte, plus particulièrement dans le développement de contenus et du logiciel. Au début, l'ordinateur était principalement un outil de travail, maintenant l'ère du mobile ouvre des perspectives d'utilisation qui englobent toutes les activités de la vie quotidienne. Il faudra aussi porter une attention particulière au développement de l'économie numérique afin qu'elle s'inscrive dans les paramètres d'un développement durable respectant l'environnement physique et culturel et les populations qui l'habitent.

Dans l'économie du numérique tous les secteurs d'activités sont des secteurs-clés. L'un des secteurs des plus prometteurs est le secteur culturel, puisque l'innovation est inhérente aux diverses pratiques artistiques. Bien que la culture représente un apport économique important au Canada, ce secteur ne semble pas bénéficier des mêmes considérations et supports que les autres secteurs d'activités économiques. Nos gouvernements devront, à cet égard, favoriser un changement de mentalité en investissant les sommes nécessaires au développement de produits culturels originaux et de qualité ainsi qu'à leur diffusion sur la scène internationale. Il faut mettre en place des moyens d'augmenter non seulement l'apport des gouvernements mais aussi des fonds privés par des politiques incitatives. Il faut donner aux organismes culturels des outils efficaces leur permettant de faire des levées de fonds. Le programme *Placement culture* au Québec est un exemple d'outil efficace de financement à moyen et long terme. Le gouvernement canadien devrait permettre, à tout organisme culturel reconnu, la capacité d'émettre un reçu pour fin d'impôt à toute contribution privée au développement du secteur culturel.

⁵ *Face Forward: Addressing Human Resource Issues in Canada's Cultural Sector, The Conference Board of Canada et le Conseil des ressources humaines du secteur culturel, June 2010*

Pour favoriser l'adoption des TIC, il faut que l'ensemble des intervenants, y compris la population canadienne, y voient une source de profitabilité dans leur domaine respectif qui compense l'investissement nécessaire en temps et en argent. Le frein le plus important est le coût d'accès au réseau. Une étude de l'OCDE démontre que ces coûts sont les plus élevés au Canada⁶.

Accès et investissement

Il faut aussi que l'accès technique au réseau soit facile et omniprésent sur le territoire. Le dédoublement des réseaux restreint l'utilisateur et augmente artificiellement le coût de communication en facturant le service téléphonique d'une part et le service Internet et télévisuel d'autre part. Dans l'économie du numérique, tous ses services convergent vers Internet, la télévision, la téléphonie, le commerce et les échanges d'informations. Il faut que les entreprises de télécommunication adaptent leur modèle d'affaires à cette nouvelle réalité.

Pour le secteur culturel et plus particulièrement pour le secteur des arts visuels et médiatiques, une stratégie numérique gagnante passe par la mise à niveau du financement de programmes de développement et de la diffusion de contenus originaux. Nous parlons depuis plusieurs années de l'économie du savoir et la culture en est un vecteur privilégié. Il faut donner aux artistes les moyens de travailler avec les technologies de pointe. Nous devons leur ouvrir les portes des laboratoires de recherche et favoriser les échanges entre le milieu scientifique, l'entreprise privée et l'artiste créateur de contenus.

De plus, dans un contexte de marché global, il faut aussi permettre la traduction des contenus dans les deux langues officielles et dans un contexte nord-américain, produire une version en espagnol. Tous les organismes et toutes les entreprises de production et de diffusion de contenus canadiens devraient avoir accès à des programmes de traduction. Le danger serait de ne produire que pour un marché régional ou national. Notre culture est unique et nos artistes peuvent rivaliser avec ceux du monde entier. La meilleure façon de protéger notre culture, c'est de se donner les moyens de l'exporter.

Les organismes sans but lucratif devraient avoir accès à un support financier pour poursuivre le développement de leurs sites ou portails. Un bon exemple de ces sites est celui appelé Réseau

⁶ 11/08/2009 – La Finlande, les Pays-Bas et la Suède ont les prix les plus bas parmi les pays de l'OCDE pour les appels passés depuis un téléphone portable, selon les dernières Perspectives des Communications de l'OCDE. Les prix les plus hauts ont été trouvés au Canada, en Espagne et aux États-Unis.

http://www.oecd.org/document/21/0,3343,fr_2649_201185_43481877_1_1_1_1,00.html

Art Actuel, développé par le signataire de ce mémoire. Ce portail est unique au Canada; il regroupe, non seulement l'information sur les activités des soixante-quatre organismes membres du RCAAQ, mais aussi celle d'une cinquantaine de partenaires venant d'autres professionnels de l'art contemporain. L'objectif de ce portail est de devenir le point de convergence de tous les intervenants professionnels œuvrant dans le domaine des arts visuels et médiatiques non seulement au Québec, mais dans l'ensemble canadien. L'avantage majeur du portail Réseau Art Actuel tient au fait que ses contenus sont produits chaque semaine par plus de 130 organismes, un nombre en constante progression. Un des freins majeurs au développement de ce portail réside actuellement dans le manque de ressources humaines pouvant assurer le traitement quotidien de l'information ainsi que la traduction intégrale des contenus. Le gouvernement canadien doit donner aux OBNL les moyens de supporter de telles initiatives qu'elles soient québécoises, manitobaines ou ontariennes. L'objectif ultime doit être avant tout le développement d'un contenu canadien de qualité.

Au-delà des aspects techniques et législatifs de l'économie numérique, le plus grand danger pour le Canada serait d'avoir une présence trop faible sur la Toile. Nous devons tout mettre en œuvre pour que les contenus canadiens soient non seulement accessibles mais mieux connus dans le monde. Pour ce faire, il faut porter une attention particulière au référencement de nos contenus, entreprises, organismes et expertises. Nous devons être en mesure d'en faire la promotion et la commercialisation.

En utilisant toujours l'exemple du Réseau Art Actuel, un soutien financier amélioré à un tel portail permettrait l'embauche du personnel nécessaire au traitement des contenus de diffusion dans les deux langues officielles (et possiblement en espagnol), ainsi qu'un référencement professionnel et une mise en marché plus intensive des services offerts et du placement publicitaire disponible sur le portail. Nous pourrions aussi explorer les possibilités de la diffusion Web en différé et en temps réel, sorte de Web TV, particulièrement pour les événements. Nous devons aussi avoir un support pour notre librairie virtuelle spécialisée dans la commercialisation d'ouvrages dédiés à l'art actuel, pour en faire une meilleure promotion.

L'innovation dans une économie numérique

Le nerf de la guerre de l'économie numérique est incontestablement l'innovation. Innovations technologiques certes, mais aussi créations de nouveaux services, de nouveaux produits, de nouveaux réseaux de distribution (musique, littérature, cinéma, etc.) et de nouvelles manières de transiger et d'échanger. Encore une fois, l'accès sécuritaire au plus grand nombre et ce, à des tarifs concurrentiels, représente un atout majeur pour le développement du commerce électronique. Chaque compagnie et organisme canadien doit se doter d'outils de commerce électronique. Une fois encore, la traduction des contenus et le référencement des sites sont des

incontournables. Le secteur artistique devrait bénéficier d'un support particulier pour développer de nouvelles approches dans la mise en marché et la promotion de ses produits et services. Avec l'édition et la distribution des contenus sur des plateformes mobiles comme le iPad, les revues spécialisées et les éditeurs spécialisés en art devront être en mesure d'adapter leurs contenus pour les rendre accessibles sur ces nouvelles plateformes. Encore une fois, le danger est de réagir trop lentement et de ne pas saisir rapidement cette opportunité d'ouvrir les portes du marché mondial aux contenus canadiens, alors que nous avons là la manière la plus efficace et la plus économique de propager notre culture dans le monde.

Dans l'économie du numérique, nous ne devrions pas catégoriser les utilisateurs. Le numérique mobile s'adresse à l'utilisateur : point. Nous devons passer d'une mentalité de hiérarchie d'utilisateurs à une culture de la performance et de l'efficacité pour tous et en toute circonstance et ce, de manière sécuritaire. Toute transaction est importante dans l'économie numérique, de l'achat d'actions au téléchargement de films, de chanson, de photos ou de livres. Chaque Canadien doit avoir accès au meilleur de la technologie numérique⁷. Particulièrement pour les artistes et les organismes artistiques, une large bande passante est une nécessité puisque les contenus qu'ils produisent et diffusent sont toujours du multimédia, intégrant l'hypertexte, le son, l'image fixe ou en mouvement et souvent un haut degré d'interactivité.

Il faut que les cadres législatifs et réglementaires canadiens incitent fortement les entreprises de télécommunication à modifier leurs modèles d'affaires, afin qu'elles permettent une utilisation optimale des technologies actuelles et à venir, en passant d'une offre de service constituée d'options en extra à une offre globale de services qui permettra à l'utilisateur de vivre pleinement l'expérience de l'économie numérique.

Les entreprises de télécommunication devront diversifier leurs sources de revenus par le développement d'un service de placement publicitaire, le développement et la commercialisation de contenus originaux exclusifs ou encore par un pourcentage sur les transactions effectuées. Il faut rapidement diminuer la facture de branchement de l'utilisateur en bout de ligne pour lui permettre d'accéder à la multitude de services proposés. Il est inconcevable que les Canadiens doivent encore payer séparément leur branchement télévisuel,

⁷ Les arts numériques se caractérisent par quelques clés désormais connues. Les modalités collaboratives déterminent les processus de mise en œuvre ; la création de base de données et le codage dans un même langage de médias différents, son, image ou texte, sous-tendent le travail des artistes et des développeurs. À ces basiques s'ajoutent des questionnements sur la posture de l'artiste et son rôle social. Les œuvres numériques ne s'achèvent qu'avec le public, voire sont conçues comme des dispositifs derrière lesquels l'artiste s'efface pour laisser la place au public ; à lui de générer la forme finale de l'œuvre qui ne pourra exister sans son intervention. *Claudine Dussolier et Géraldine Farage, in Revue ETC, no. 90, juin, juillet, août 2010, p. 41.*

téléphonique et interurbain ainsi que celui à Internet. Tous ces services utilisent maintenant les technologies numériques et malgré la multitude des services, ce ne sont que des bits d'information. Pour inciter les entreprises à modifier leurs sources de revenus, il faut créer des fonds consacrés à l'innovation et à l'intégration des artistes et des créateurs de contenus dans le développement de nouveaux produits vraiment originaux et innovants. Les secteurs public et privé doivent, dans leurs secteurs respectifs, travailler de concert à la construction de l'économie numérique en proposant des services en ligne de qualité et sécuritaire et en permettre l'accès au plus grand nombre.

Sans entrer dans les détails des différentes technologies proposées, il faudra penser à la mise en place d'un réseau satellitaire capable de couvrir l'ensemble du territoire. Ce réseau pourrait être couplé à un réseau hybride de fibre optique et de wifi complémentaire. Chaque réseau a ses avantages et les standards doivent en assurer l'interconnectivité. Les coûts élevés d'un réseau terrestre semblent peu rentables dans un contexte de grand territoire à faible densité de population. Un réseau satellitaire utilisé par l'ensemble de la population canadienne permettrait de répartir les charges. Ces satellites pourraient aussi avoir des vocations multiples, communication, surveillance, géomatique, météorologie, etc.

Le Canada, à cause de sa démographie et de son territoire immense, doit exporter ses produits et services et ce, dans tous les secteurs de l'activité économique, y compris les arts et la culture. L'innovation est incontestablement la carte maîtresse et en ce sens, la R-D est incontournable. Un effort constant doit être fait pour mettre en relation la recherche universitaire et celle des entreprises. Il faut aussi faire une place importante à la recherche fondamentale qui souvent fait figure de parent pauvre. Toute innovation commerciale a ses racines dans la recherche fondamentale, secteur qui a aussi pour résultat de freiner l'exode des cerveaux.

Il faut aussi développer une culture d'intégration des artistes aux équipes de recherche et développement. Certaines grandes entreprises ont des départements de design, de graphisme de développement Web. Il faut aller au-delà de ces frontières et avoir l'audace d'intégrer la vision artistique à la genèse du développement, intégrant l'artiste comme membre à part entière de l'équipe de développement. Sa vision particulière et décloisonnée peut permettre le développement de méthodes originales menant invariablement à l'innovation.

Il faut favoriser la fusion des entreprises canadiennes de manière à ce qu'elles soient de taille mondiale et que leur programme de recherche et développement soit capable de concurrencer les multinationales.

Le Canada possède déjà des compagnies qui sont des leaders dans des domaines comme le téléphone intelligent (Research In Motion), les cartes graphiques (ATI Technology), les jeux vidéo

(Ubisoft), etc. Il faut, dans un premier temps, permettre à ces entreprises de consolider leur avance. Il faut aussi donner aux universités le droit et la capacité d'être partie prenante dans les profits générés par la commercialisation des produits issus de leurs recherches. Il serait aussi souhaitable de créer un fonds de capital de risque spécialisé dans l'économie numérique et possiblement d'y intégrer la notion de *capital gris* pour reconnaître l'apport des chercheurs eux-mêmes et non seulement l'investissement financier. Ce *capital gris* serait aussi un élément d'attraction pour les chercheurs d'ici et d'ailleurs et pourrait constituer un rempart efficace contre l'exode des cerveaux. Nos artistes et créateurs de contenus font partie intégrante de ce *capital gris*.

Plusieurs facteurs contribuent à attirer chez-nous les spécialistes, la stabilité politique, la qualité de vie, la richesse culturelle, etc. Nous devrions y ajouter la reconnaissance systématique de la notion de *capital gris* reconnaissant aux chercheurs le droit de participer aux bénéfices engendrés par la commercialisation de leurs recherches. Nous devrions aussi ouvrir nos universités aux étudiants étrangers et mettre sur pied un programme d'équivalence pour accélérer l'intégration des immigrants.

Les artistes font partie de ce *capital gris*. Les programmes de missions et de résidences internationales aident à faire connaître nos produits culturels et permettent à nos artistes de s'inscrire sur le marché international. De tels avantages contribuent à freiner l'exode de nos artistes vers des centres plus importants et capables de favoriser le développement de leur carrière. Il faut aussi comprendre que tout comme dans les autres secteurs de l'économie, les résultats ne sont pas immédiats mais bien plutôt directement proportionnels au sérieux et à la persistance que nous mettons à développer nos réseaux à l'international.

L'avantage du Canada passe par la reconnaissance concrète du statut de *créateur de contenus*. Nous sommes encore à l'ère du transfert des contenus de l'analogique au numérique. Dans l'économie du numérique, nous devons envisager la création de nouveaux contenus beaucoup plus complexes pouvant intégrer la notion de participation. La croissance fulgurante des réseaux sociaux est directement reliée à la capacité de ceux-ci de stimuler la participation d'individus dans le cadre d'un groupe d'intérêts. Les créateurs de contenus alliés aux spécialistes des technologies numériques représentent la pierre angulaire du développement de l'économie numérique. Les services offerts présentement sont ni plus ni moins que des métaphores virtuelles des services que nous avons connus à l'ère industrielle. Notre rapport à l'échange se modifie et les différents services tout comme les contenus devront être réinventés.

Historiquement, l'artiste est un agent de changement. Par son sens critique, il remet en question les mentalités, les façons de faire et se donne la liberté de prendre des risques.

L'innovation est donc une notion inhérente au travail de l'artiste et en ce sens, mettre à la disposition de l'artiste la technologie numérique signifie se doter d'une culture numérique innovante.

Les contenus et leurs créateurs

Dans l'économie numérique, il ne faut plus parler de marché canadien mais plutôt de l'apport canadien en contenus originaux au marché planétaire. Dans ce contexte planétaire, il est capital de considérer la traduction comme un élément essentiel de la production de nos contenus. Un portail de contenus spécialisés comme le Réseau Art Actuel devrait avoir accès à une aide financière pour traduire l'intégralité de ses contenus. Les particularités de notre culture et de notre territoire sont des éléments originaux et nous sommes les meilleurs artisans de leur mise en valeur sur le plan national et international.

Les contenus numériques sont l'économie numérique. Sans contenu, les technologies sont inutiles. Les universités sont des usines à développement de contenus. Malheureusement elles sont très mal outillées pour en faire la promotion et la mise en marché. Nous pouvons faire la même constatation dans certains secteurs des arts et de la culture. Nous pouvons créer les meilleurs contenus, mais sans une stratégie de mise en marché et de diffusions adéquate ils resteront malheureusement inconnus.

Il faut développer des infrastructures de création de production et de diffusion qui valorisent le créateur de contenus. Les entreprises devront comprendre qu'elles ne peuvent plus exister sans cette reconnaissance du créateur, de l'artiste. Le secteur de la musique au Canada a refusé longtemps cette réalité avec les conséquences que l'on connaît. Le monde de l'édition semble encore hésitant face au mode de distribution numérique. Le monde télévisuel est l'un des secteurs les plus lents à faire le saut. Ce secteur opère à l'intérieur de structures de production lourdes et se caractérise par une forte résistance aux changements. Nous en sommes encore au débat sur la télévision généraliste versus les chaînes spécialisées. Si les chaînes spécialisées progressent de plus en plus, c'est qu'elles font produire par de petits producteurs, qui utilisent et profitent pleinement de la démocratisation des moyens de production de qualité. La télévision est aussi prisonnière d'un mode de distribution basé sur la grille horaire. Ce type de distribution est incompatible avec la culture du numérique et d'Internet, où l'utilisateur veut avoir pleine liberté d'accès aux contenus, dans le temps et dans l'espace.

Il faut se demander si le modèle de développement par start-up est la meilleure façon de rentabiliser l'investissement public et privé. Nous devrions peut-être développer des modules d'innovation à l'intérieur d'entreprises existantes. Ces modules devraient par contre jouir d'une pleine autonomie de manœuvre sur le plan de la gestion et du développement de projet, les

structures y étant plus flexibles et le temps de réaction beaucoup plus rapide. Le fait, que ces modules soient soutenus financièrement par une entreprise solide, minimiserait les facteurs de risques inhérents à une start-up et permettrait en bout de ligne de consolider la position de leader de nos entreprises canadiennes.

Il faut supporter les éditeurs de contenus. Dans le secteur des arts, il existe plusieurs petits éditeurs qui, malgré la qualité de leurs publications, n'ont pas les moyens de diffuser de manière rentable leurs produits. L'opportunité qu'offrent les nouvelles plateformes de diffusion peut leur permettre un accès au marché international. Il faut mettre à leur disposition des programmes de formation et d'intégration de ces technologies dans les processus de réalisation de leurs contenus. Ici encore, le gouvernement canadien doit jouer un rôle prépondérant auprès de cette catégorie de professionnels.

Le développement d'interfaces physiques et logiciels dédiés à une clientèle ayant des besoins spécifiques représente des opportunités d'affaires importantes à l'échelle de la planète. C'est aussi une démonstration qu'il est possible d'associer les objectifs d'affaires au développement social et culturel.

Le numérique et l'éducation

L'économie numérique se caractérise par une vitesse de développement et de changement unique dans l'histoire de l'humanité. Le plus grand défi est de mettre en place des outils de formation continue et d'assurer qu'il n'y ait pas de fracture entre les différentes couches de la société. La formation continue doit être intégrée à l'ensemble de nos activités. La responsabilité doit se partager entre gouvernement, entreprise, organisme et chaque individu.

Pour faire comprendre à chacun les enjeux inhérents à l'économie numérique. Il faut commencer par le secteur de la formation, mais aussi faire comprendre aux entreprises et organismes que l'innovation est nécessaire et qu'elle passe par le respect d'un personnel qualifié et heureux de ses conditions de travail. Les pays émergents sont encore dans une logique d'utilisation d'une main d'œuvre de production. Nous pouvons encore pendant quelques années profiter d'un certain avantage sur le plan de l'innovation, mais si nous ne trouvons pas les moyens de valoriser nos créateurs et freiner l'exode des cerveaux, nous perdrons rapidement cet avantage.

Il faut que le secteur de l'éducation intègre à son processus de travail les outils numériques. Il faut intégrer l'utilisation des technologies numériques à la formation des maîtres et les inciter à développer eux-mêmes des contenus de formation. Il faut aussi permettre à chaque élève d'avoir son propre outil d'accès au monde numérique. La notion d'un laboratoire informatique dans une école ne tient plus la route. Il faut que l'élève ou l'étudiant puisse travailler,

communiquer et se divertir chez lui aussi facilement qu'il peut le faire en milieu scolaire. Avant même d'acquérir des compétences et un savoir faire particulier, l'économie du numérique exige une culture numérique, c'est-à-dire une ouverture d'esprit et une habileté naturelle à concevoir et à agir en intégrant les possibilités des outils numériques. Les PME et les organismes sans but lucratif doivent avoir accès aux mêmes outils et programmes de formation continue et de perfectionnement de son personnel que les grandes entreprises. En ce sens l'entreprise ou l'OBNL, peu importe sa taille devient un lieu de formation continue.

Le rôle de l'enseignant demeure primordial et sa préparation à la maîtrise des outils numériques est tout aussi important. L'utilisation des technologies numériques favorise l'apprentissage en projet. Cette approche exige de l'enseignant une grande assurance dans son rapport à l'élève, troquant son rôle de maître pour celui de coach et de motivateur. Cela demande aussi une capacité d'adaptation aux parents des élèves qui ont souvent la nostalgie d'un enseignement plus traditionnel. Sur le plan de l'enseignement des arts, il faut que les institutions puissent se doter d'experts et de laboratoires technologiques à la fine pointe. Il faut aussi comprendre que les technologies numériques évoluent à une vitesse grand V et que, par conséquent, la mise à niveau doit être permanente. Les entreprises privées aux côtés des gouvernements devraient contribuer financièrement à la mise sur pied et au maintien de ces laboratoires.

La fracture numérique est causée principalement par la pauvreté économique qui engendre souvent une pauvreté culturelle qui débouche sur un manque d'estime de soi et une image peu valorisante. Cette pauvreté contribue directement au décrochage scolaire, au manque d'intérêt et à la détérioration des conditions minimales d'apprentissage. Une société riche comme la nôtre a l'obligation d'attaquer ce problème à la source. Sur le plan économique, c'est un choix judicieux qui s'avère avec le temps moins onéreux que toutes les mesures coercitives déployées pour en contrôler les effets négatifs.

Recommandations

1. Assurer aux organismes sans but lucratif la reconnaissance de leur rôle dans l'implantation des technologies numériques au même titre que les entreprises privées ou gouvernementales.
2. Reconnaître la place de l'innovation artistique dans le développement d'une société créative.
3. Reconnaître au Conseil des Arts du Canada le choix de soutenir les innovations artistiques technologiques en lui en donnant les moyens financiers.
4. Mettre en place un Plan d'action en formation et en développement professionnel qui permettra aux organismes tels le Conseil des ressources humaines du secteur culturel et aux accords provinciaux d'avoir les moyens de rester en phase avec les développements nécessaires aux OBNL.
5. Améliorer le soutien à la traduction non seulement dans les deux langues officielles du Canada, mais également en encourageant l'usage du portugais et de l'espagnol.
6. Reconnaître de façon concrète le statut de créateur de contenus en soutenant le développement des organismes de création et de production artistique sans but lucratif.