PLAN STRATÉGIQUE 2019-2023

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

RÉVISION : MARS 2022

Votre gouvernement

Québec

PLAN STRATÉGIQUE 2019-2023

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

RÉVISION : MARS 2022

Cette publication a été réalisée par
le ministère de la Culture et des Communications.

Vous pouvez obtenir plus d'information en vous adressant
au Secrétariat général et bureau de la sous-ministre.

Ministère de la Culture et des Communications
225, Grande Allée Est, bloc C, 1er étage
Québec (Québec)
G1R 5G5

Téléphone sans frais, de partout au Québec : 1 888 380-8882
Télécopieur : 418 380-2320
Courriel : dbsm@mcc.gouv.qc.ca
Site Web : www.mcc.gouv.qc.ca

Plan stratégique 2019-2023
Dépôt légal – novembre 2019
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN 978-2-550-85492-0 (version imprimée)
ISBN 978-2-550-85493-7 (version électronique)

Plan stratégique 2019-2023, révision : mars 2022
Dépôt légal – mars 2022
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN 978-2-550-91146-3 (version électronique)
ISBN 978-2-550-91269-9 (version imprimée)

Photo de la page couverture :
Œuvre d'art public intitulée *L'herbier médicinal de Pehr Kalm,*
de l'artiste Bill Vincent, Centre d'hébergement Pierre-Dupré, Baie-Saint-Paul, 2018.

Tous droits réservés pour tous les pays.
© Gouvernement du Québec – 2022

MESSAGE DE LA MINISTRE

Monsieur François Paradis
Président de l'Assemblée nationale
Hôtel du Parlement
Québec (Québec) G1A 1A4

Monsieur le Président,

J'ai le plaisir de déposer à l'Assemblée nationale du Québec une révision du Plan stratégique 2019-2023 du ministère de la Culture et des Communications.

Nous avons procédé au retrait de l'objectif 3.1 « Établir une vision globale du secteur des médias et des communications ». Vu l'amplification des difficultés vécues par le secteur des médias, notamment en raison de la pandémie de COVID-19, il nous apparaît prioritaire de nous concentrer sur l'aide à lui apporter.

La culture est une source de fierté collective. Elle représente une manifestation de notre identité et enrichit nos milieux et nos vies. Elle agit également comme un formidable levier d'épanouissement social et économique. Cette révision du Plan stratégique 2019-2023 démontre notre engagement ferme en ce sens, pour une relance vigoureuse de la culture au Québec et la vitalité de nos médias.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma considération distinguée.

La ministre de la Culture et des Communications,

Nathalie Roy
Québec, mars 2022

MESSAGE DE LA SOUS-MINISTRE

Madame Nathalie Roy
Ministre de la Culture et des Communications
225, Grande Allée Est
Québec (Québec) G1R 5G5

Madame la Ministre,

Je vous transmets le Plan stratégique 2019-2023 révisé. Pour les prochaines années, nous continuerons à mettre en œuvre les actions prévues au Plan stratégique, qui reposent notamment sur des objectifs d'accroissement de la fierté à l'endroit de la culture québécoise; de création d'une architecture de qualité; de préservation, de connaissance et de mise en valeur du patrimoine; de soutien aux médias; et de promotion des produits culturels du Québec.

Pour atteindre ces objectifs, le Ministère compte sur un personnel mobilisé et compétent, ayant en outre fait preuve d'une capacité d'adaptation exemplaire depuis les deux dernières années dans le contexte de la pandémie de COVID-19. Il bénéficie aussi de partenaires dynamiques pour accomplir sa mission. Leur précieuse collaboration est des plus appréciées et contribue significativement à répondre aux besoins des clientèles du Ministère. Je tiens à les remercier tous et toutes de leur excellent travail dans la réalisation des visées du Plan stratégique 2019-2023.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de ma considération respectueuse.

La sous-ministre,

Nathalie Verge
Québec, mars 2022

Note sur la révision

En mars 2022, le Ministère a révisé le Plan stratégique 2019-2023 en y apportant la modification suivante :

- Au sujet de l'orientation 3 (Soutenir la transformation du secteur des communications), l'objectif 3.1 « Établir une vision globale du secteur des médias et des communications » a été retiré. Considérant le contexte lié à la situation sanitaire, qui accentue le rythme d'évolution du secteur des médias et des communications, et le fait qu'il y a eu de nombreuses consultations concernant la culture et les communications au cours des dernières années, les efforts du Ministère se sont concentrés sur l'aide aux médias d'information.

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE LA MINISTRE III

MESSAGE DE LA SOUS-MINISTRE V

L'ORGANISATION EN BREF 1

Mission 1

Vision 1

Valeurs 1

Chiffres clés 1

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT 2

Contexte externe 2

Contexte interne 4

Bilan du Plan stratégique 2018-2021 5

CHOIX STRATÉGIQUES 6

Enjeu stratégique 1 : La promotion de la culture québécoise 6

Orientation 1
Favoriser la promotion de la culture québécoise 6

Objectif 1.1
Faciliter la découvrabilité des produits culturels québécois dans l'environnement numérique 6

Objectif 1.2
Faciliter l'exportation des productions culturelles québécoises à l'étranger 7

Objectif 1.3
Soutenir la diffusion des productions culturelles québécoises dans l'ensemble des régions 7

Enjeu stratégique 2 : L'aménagement culturel du territoire comme véhicule de l'identité québécoise 8

Orientation 2
Soutenir l'aménagement culturel du territoire 8

Objectif 2.1
Renforcer l'exemplarité de l'État en matière de qualité architecturale 8

Objectif 2.2
Appuyer le milieu municipal dans l'aménagement culturel de son territoire 9

Objectif 2.3
Favoriser le changement de vocation des immeubles patrimoniaux excédentaires à caractère religieux 9

Objectif 2.4
Appuyer le milieu municipal dans la préservation du patrimoine culturel immobilier 10

Enjeu stratégique 3 : La pérennité du secteur de l'information et des communications 10

Orientation 3
Soutenir la transformation du secteur des communications 10

Objectif 3.1
Contribuer à la pérennité des médias d'information 11

L'ORGANISATION EN BREF

Mission

Le ministère de la Culture et des Communications a pour mission de contribuer au rayonnement de la culture et des communications, à l'épanouissement individuel et collectif de la population ainsi qu'à la mise en place d'un environnement propice à la création et à la vitalité des territoires. Conformément à sa mission, le Ministère prend position sur les grands enjeux actuels et défend les intérêts culturels du Québec, au Canada et sur la scène internationale.

Son action se situe principalement dans les domaines suivants : patrimoine, muséologie, lecture et livre, formation artistique, médias, mécénat et immobilisations. Elle vise à offrir à l'ensemble des citoyennes et des citoyens, dans chaque région du Québec, des services équitables et diversifiés dans les secteurs de la culture et des communications. Pour atteindre cet objectif, le Ministère intervient principalement auprès des personnes, des organismes, des entreprises et des instances locales et régionales.

Vision

Être le catalyseur d'une culture audacieuse et source de fierté pour le Québec.

Valeurs

Le Ministère adhère aux valeurs de l'administration publique québécoise, soit la compétence, la loyauté, l'impartialité, le respect et l'intégrité.

Chiffres clés

CHIFFRES CLÉS	DESCRIPTION
741,1 M$	Dépenses probables au 31 mars 2019
211,7 M$	Dépenses probables des programmes d'aide financière au 31 mars 2019
600,9 M$ 41 mesures 34 ministères et organismes	Plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023 de la politique culturelle
8 directions régionales couvrant les 17 régions administratives du Québec	Le Ministère en région
375[1]	Personnes au service de la population

1. Nombre de personnes au 31 mars 2019 affectées au siège social, incluant le Centre de conservation du Québec.

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Contexte externe

Sources de fierté collective, la culture et l'aménagement du territoire sont une manifestation de notre identité et de nos valeurs communes. Ils créent des émotions et enrichissent nos vies. Ainsi, la culture et le territoire constituent un formidable levier d'épanouissement social et économique. C'est donc avec audace et ambition que le ministère de la Culture et des Communications interviendra au cours du cycle stratégique 2019-2023 sur les enjeux de l'aménagement culturel du territoire comme véhicule de l'identité québécoise, la promotion de la culture québécoise et la pérennité du secteur de l'information et des communications.

La promotion de la culture québécoise dans un environnement numérique et mondialisé

La promotion, la visibilité et la diffusion des produits culturels québécois à l'échelle nationale et internationale sont cruciales pour la vitalité artistique et la démocratisation de la culture. Or, la dématérialisation des contenus culturels et leur diffusion sur les plateformes numériques bouleversent les modes de distribution, de diffusion et d'accès aux contenus culturels. L'Observatoire de la culture et des communications constate à juste titre que, « dans les différents domaines de la culture, les modalités de diffusion, de commercialisation, de recherche et d'analyse des contenus [culturels] doivent être adaptées au développement des technologies numériques et des services en ligne »[2].

Pour ce faire, une attention particulière doit notamment être portée à l'ensemble des métadonnées qui décrivent un contenu culturel. À ce jour, la totalité des secteurs culturels ne disposent pas suffisamment de métadonnées standardisées et structurées qui en favoriseraient la découverte sur le Web et les plateformes numériques.

Le fait de distribuer et de diffuser des contenus culturels québécois ne garantit pas pour autant qu'ils soient repérés. En l'absence d'une description normalisée, les contenus culturels québécois risquent d'être encore plus marginalisés, limitant ainsi leur contribution au rayonnement de la culture et à l'économie du Québec. C'est pourquoi les milieux culturels pourraient gagner à collaborer dans la création de ces métadonnées ou dans le partage de celles-ci.

Par ailleurs, le Québec affiche une balance commerciale déficitaire en matière de productions culturelles. Ainsi, il a importé des productions culturelles pour une valeur de 3,7 milliards de dollars en 2017, alors que ses exportations n'étaient que de 2,9 milliards de dollars. Il s'agit d'une tendance lourde observée depuis de nombreuses années[3]. On comprend l'importance d'effectuer des représentations à l'extérieur du Québec. Celles-ci servent à mettre en valeur et à augmenter l'exportation des productions culturelles québécoises, notamment dans le cadre de festivals, de salons ou de marchés, comme ce fut le cas avec la vitrine sur

2. Observatoire de la culture et des communications du Québec, *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*, Institut de la statistique du Québec, 2017, p. 9.
3. Statistique Canada, tableau 12-10-0116-01, Commerce international et interprovincial de produits de la culture et du sport par domaine et sous-domaine, provinces et territoires (x 1 000 000).

la créativité québécoise, l'Effet Québec, à Shanghai en janvier 2018. À l'issue de telles représentations, les productions québécoises peuvent trouver des acheteurs, des éditeurs ou des programmateurs qui, à leur tour, diffuseront celles-ci sur leur territoire.

Enfin, la diffusion des productions culturelles québécoises rencontre un obstacle majeur : l'étendue du territoire québécois. Ceci a comme conséquence d'en limiter l'accès, notamment pour la population qui habite loin des grands centres urbains. Offrir un meilleur accès aux contenus culturels québécois en région s'avère non seulement une question d'équité, mais aussi un moyen pour en assurer la promotion et la diffusion.

L'aménagement culturel du territoire

L'aménagement culturel du territoire est un levier du développement, du rayonnement et de la vitalité des régions du Québec. Il améliore durablement la qualité des milieux de vie par une approche qui intègre, à l'aménagement du territoire, notamment le patrimoine culturel, l'architecture et l'espace public ainsi que l'art public.

Au Québec, plusieurs milieux municipaux ont déjà adopté des pratiques d'aménagement culturel de leur territoire. À titre d'exemple, la Ville de Québec s'est investie entre autres dans la revitalisation du quartier Saint-Roch. La MRC de Kamouraska a consacré des efforts significatifs pour la protection et la mise en valeur de ses paysages qui sont intégrés dans son schéma d'aménagement. La Ville de Gatineau, pour sa part, a adopté une politique du patrimoine où elle mise sur une gestion intégrée et la participation citoyenne. Finalement, le réaménagement de la Place d'Armes par la Ville de Montréal, entre 2009 et 2011, a permis de mettre en valeur l'histoire du site avec le concours des acteurs concernés en amont du projet. Cela a été réalisé grâce à des ateliers de design urbain et à des interventions auprès du grand public.

Ces réussites démontrent que l'engagement des collectivités et l'affectation de ressources permettent de développer le territoire dans le cadre d'une vision intégrée, notamment du patrimoine culturel et immobilier, de l'architecture, de l'espace public et de l'art public. Ainsi, le milieu de vie devient une source de fierté et cimente l'appartenance des communautés au territoire.

Par ailleurs, l'architecture contribue à définir le territoire et le milieu de vie. Elle constitue une composante du patrimoine contemporain et futur. Alors qu'il finance abondamment les infrastructures publiques, l'État québécois doit s'inspirer des meilleures pratiques observées dans le monde afin de catalyser son audace et sa créativité en architecture. Un domaine où il s'illustre déjà.

La situation du secteur des médias et des communications

Le secteur des médias et des communications, au Québec comme ailleurs, est touché par des transformations ayant des répercussions importantes sur la société. En effet, les mutations technologiques, qui ont notamment permis l'arrivée de plateformes numériques étrangères, modifient en profondeur non seulement la manière dont les personnes communiquent entre elles, s'informent et se divertissent, mais aussi celle dont les gouvernements encadrent le domaine des médias et des communications.

Dans ce contexte, les médias québécois doivent composer avec d'importantes baisses de revenus publicitaires et d'abonnement, ce qui met à risque leur capacité à produire et à diffuser des contenus d'information et de divertissements (productions audiovisuelles et musicales) qui reflètent les intérêts et les valeurs de la société québécoise. À titre d'exemple, entre 2012 et 2017, les revenus publicitaires au Québec ont diminué de 53 % pour les quotidiens, de 42 % pour les hebdomadaires et de 13 % pour la télévision[4]. Qui plus est, les médias québécois tirent très peu profit des revenus publicitaires sur Internet, puisqu'on estime qu'à eux seuls, Google et Facebook récoltaient, en 2017, 74,3 % de tous les revenus publicitaires numériques au Canada[5]. Au cours des dernières années, de nombreux journaux locaux ont d'ailleurs réduit ou cessé leurs activités et d'autres se retrouvent dans une situation précaire.

Contexte interne

Une organisation présente sur l'ensemble du territoire, appuyée par un réseau d'organismes et de sociétés d'État

En plus d'établir les politiques publiques dans les domaines de la culture et des communications ainsi que d'assurer la conservation et la restauration du patrimoine du Québec, le Ministère soutient le développement culturel dans les 17 régions administratives du Québec par l'entremise d'un réseau de 8 directions régionales déployées dans 13 bureaux. Ces directions sont responsables de l'application des programmes ainsi que de la planification, de l'harmonisation et de la coordination des activités du Ministère en région.

La capacité d'intervention du Ministère s'appuie aussi sur un réseau de 11 organismes et sociétés d'État exerçant des fonctions clés en matière de formation, de diffusion, de conservation, de consultation et d'aide financière dans le domaine de la culture et des communications.

FONCTION	ENTITÉ
Aide financière	Conseil des arts et des lettres du Québec Société de développement des entreprises culturelles
Formation	Conservatoire de musique et d'art dramatique du Québec
Diffusion	Société de la Place des Arts de Montréal Société de télédiffusion du Québec Société du Grand Théâtre de Québec
Conservation et diffusion	Bibliothèque et Archives nationales du Québec Musée d'art contemporain de Montréal Musée de la civilisation Musée national des beaux-arts du Québec
Consultation	Conseil du patrimoine culturel du Québec

4. Daniel GIROUX, *Les médias québécois d'information : état des lieux*, page 51, [En ligne], 2019. [https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/08/cem-mediasquebecois-etatdeslieux.pdf] (Consulté le 30 septembre 2019).
5. Dwayne WINSECK, « Media and Internet Concentration in Canada, 1984 – 2017 », [En ligne], 2018. doi:10.22215/cmcrp/2018.2. [http://www.cmcrp.org/media-and-internet-concentration-in-canada-1984-2017-updated/] (Consulté le 30 septembre 2019).

Une organisation engagée dans la transformation numérique

Afin d'améliorer l'efficience de ses interventions et d'offrir des services plus intuitifs et faciles d'utilisation pour ses clientèles sur l'ensemble du territoire québécois, le Ministère mise sur une prestation de services en ligne. À cette fin, il peut entre autres s'appuyer sur le système di@pason. Il s'agit d'un service transactionnel en ligne sécurisé qui permet à la clientèle de soumettre une demande d'aide financière, ainsi que les documents requis, et d'en suivre le traitement dans le cadre de la vingtaine de programmes offerts. Il permet aussi, en vertu de la *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*, de déposer des demandes d'agrément, des rapports annuels et tout autre document relatif à cette loi.

Le Ministère s'est aussi donné comme priorité, en marge de son plan stratégique, de développer davantage son intelligence d'affaires par la mise en valeur de la masse importante d'information dont il dispose. Au cours des prochaines années, il entend instaurer un système intégré permettant une mise en commun des données disponibles au Ministère et dans les sociétés d'État du portefeuille Culture et Communications. Ce système permettra d'optimiser le traitement de l'information, la recherche, la reddition de comptes et la prise de décision dans une perspective de gestion axée sur les résultats et la performance.

Bilan du Plan stratégique 2018-2021

Le Plan stratégique 2019-2023 remplace le Plan stratégique 2018-2021 au 1er avril 2019. Conséquemment, le bilan stratégique du plan 2018-2021 porte uniquement sur l'exercice 2018-2019. Au 31 mars 2019, neuf cibles étaient dépassées, alors qu'une cible avait été atteinte et que cinq cibles étaient en voie d'être atteintes. Le fait que neuf cibles soient dépassées a incité le Ministère à se doter de cibles plus ambitieuses pour le Plan stratégique 2019-2023.

CHOIX STRATÉGIQUES

Enjeu stratégique 1 : La promotion de la culture québécoise

Face aux mutations technologiques et à l'ouverture des marchés domestiques et internationaux, l'enjeu consiste à conserver la capacité du Québec à produire, à diffuser et à distribuer des contenus culturels originaux et de qualité qui reflètent les valeurs et les intérêts de la société québécoise et qui rayonnent sur toutes les plateformes de diffusion et les marchés étrangers.

Orientation 1
Favoriser la promotion de la culture québécoise

Le ministère de la Culture et des Communications veut favoriser la promotion de la culture québécoise sur son marché intérieur et les marchés internationaux. À cette fin, il s'assure que les contenus culturels québécois bénéficient d'une promotion adéquate pour qu'ils soient facilement repérables dans un environnement numérique et présents sur les marchés hors Québec.

Objectif 1.1
Faciliter la découvrabilité des produits culturels québécois dans l'environnement numérique

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
1. Proportion des secteurs culturels ayant adopté une norme commune de description de contenus culturels dans l'environnement numérique	20 %	40 %	60 %	80 %

Le Ministère souhaite l'adoption d'une norme pour décrire les contenus culturels propres aux domaines du patrimoine, de la musique, des arts de la scène, du cinéma et de l'audiovisuel ainsi que du livre. À cette fin, la description normalisée des contenus sera établie avec la collaboration du réseau des organismes culturels et de certaines sociétés d'État du portefeuille Culture et Communications. Cette initiative vise à faciliter la *découvrabilité*[6] des contenus culturels québécois dans l'environnement numérique. Les travaux y étant rattachés se réaliseront de façon progressive, pour les cinq domaines visés, au cours de la période 2019-2023.

6. La découvrabilité constitue le potentiel pour un contenu, un produit ou un service de capter l'attention d'un ou d'une internaute de manière à lui faire découvrir des contenus autres.

Objectif 1.2
Faciliter l'exportation des productions culturelles québécoises à l'étranger

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
2. Taux d'augmentation du nombre de projets du milieu culturel québécois soutenus et contribuant à la mise en marché hors Québec des productions culturelles québécoises	2 %	5 %	7 %	10 %

Le Ministère mise notamment sur son soutien à la participation des créateurs, producteurs et diffuseurs à des activités de promotion de la culture québécoise hors Québec pour favoriser la diffusion et l'exportation des productions culturelles québécoises. Les grands marchés ciblés sont l'Europe occidentale, l'Amérique du Nord, le Brésil, l'Asie et l'Afrique. Il est prévu d'accroître le soutien aux activités promotionnelles sur ces territoires durant les quatre prochaines années.

Objectif 1.3
Soutenir la diffusion des productions culturelles québécoises dans l'ensemble des régions

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
3. Nombre de nouvelles initiatives appuyant la diffusion régionale de productions culturelles québécoises	17	17	17	17 Cible finale : 68

Les réseaux de diffusion des productions culturelles québécoises sont diversifiés et présents sur l'ensemble du territoire : salles de spectacles, salles de cinéma, festivals, musées, galeries d'art, bibliothèques publiques, librairies, salons du livre ou des métiers d'art, etc. Considérant la qualité et la nature des œuvres créées au Québec, le Ministère entend appuyer davantage leur diffusion en appliquant de nouvelles mesures se déclinant en certaines actions spécifiques menées par ses directions régionales.

Enjeu stratégique 2 : L'aménagement culturel du territoire comme véhicule de l'identité québécoise

Les succès observés en matière d'aménagement culturel du territoire montrent toute l'importance de généraliser ces pratiques et d'en affirmer l'exemplarité de l'État, notamment en ce qui a trait à la qualité architecturale des projets d'infrastructures publiques. À terme, l'aménagement culturel du territoire est source de fierté pour les communautés et d'affirmation de l'identité québécoise. Ainsi, il constitue un levier durable pour stimuler la prospérité, contribuer au mieux-être de la population, exprimer l'identité culturelle des régions et les doter d'infrastructures publiques intégrées à leur environnement.

Orientation 2
Soutenir l'aménagement culturel du territoire

Le Ministère reconnaît l'importance de soutenir le milieu municipal dans le respect de ses compétences en ce qui a trait à l'aménagement culturel du territoire.

Par ailleurs, l'exemplarité de l'État est essentielle. Aussi, le Ministère entend exercer son leadership afin que les projets d'immobilisation de l'État, ainsi que ceux qu'il soutient financièrement, accordent plus de visibilité à la culture et fassent appel à la concertation et à la participation des collectivités, dans une perspective de développement durable.

Objectif 2.1
Renforcer l'exemplarité de l'État en matière de qualité architecturale

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
4. Proportion des ministères et des organismes gouvernementaux visés par la Stratégie québécoise de l'architecture[7] et disposant d'au moins une mesure en vigueur liée à la qualité architecturale	2 %	5 %	30 %	55 %

Afin d'assurer la qualité architecturale des projets immobiliers menés par l'État et de mettre en place des mesures incitatives auprès de promoteurs de projets qu'il subventionne, le Ministère déposera en 2019-2020 la Stratégie québécoise de l'architecture. Cette stratégie a pour objectif d'encourager les pratiques architecturales exemplaires. Le Plan d'action gouvernemental en architecture 2021-2026 aura une portée plus longue que celle du plan stratégique, aussi la cible établie pour 2022-2023 n'est pas finale.

7. La Stratégie québécoise de l'architecture sera déposée au cours de l'exercice 2019-2020.

Objectif 2.2
Appuyer le milieu municipal dans l'aménagement culturel de son territoire

Le Ministère appuiera le milieu municipal dans ses démarches d'aménagement culturel du territoire par l'entremise des ententes de développement culturel. Les municipalités pourront ainsi obtenir de l'aide financière, dans le cadre d'un projet d'aménagement culturel du territoire, pour établir notamment un diagnostic sur les composantes culturelles de leur territoire et soutenir la participation de la population dans ce type de projet.

L'entente de développement culturel constitue donc une avenue intéressante pour appuyer le développement durable des territoires par la culture, et ce, dans le respect des compétences municipales en matière de gouvernance de proximité.

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
5. Proportion des MRC s'étant prévalues du programme Aide aux initiatives de partenariat pour conclure une entente de développement culturel intégrant l'aménagement culturel de leur territoire	5 %	15 %	30 %	45 %

Objectif 2.3
Favoriser le changement de vocation des immeubles patrimoniaux excédentaires à caractère religieux

Les immeubles patrimoniaux excédentaires à caractère religieux posent de nombreux défis pour leurs propriétaires et les communautés qui, à défaut de ressources, voient leur état se dégrader. Le changement de vocation de ces édifices constitue un moyen pour les préserver et leur donner une nouvelle fonction au sein de la collectivité. Afin de favoriser ce changement de vocation, le Ministère accompagnera les porteurs de projets en les outillant et en les soutenant financièrement dans leurs travaux de requalification, sur la base d'un état de situation de ces immeubles qu'il entend réaliser en 2019-2020.

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
6. Proportion des lieux de culte patrimoniaux excédentaires admissibles dont les propriétaires se sont prévalus d'un soutien pour la requalification	2 %	4 %	7 %	10 %

Objectif 2.4
Appuyer le milieu municipal dans la préservation du patrimoine culturel immobilier

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
7. Proportion des MRC ayant conclu une entente dans le cadre du Programme de soutien au milieu municipal en patrimoine immobilier	15 %	20 %	25 %	30 %

Le Ministère met en place le Programme de soutien au milieu municipal en patrimoine immobilier afin d'appuyer les MRC et les municipalités dans la préservation du patrimoine culturel immobilier sur leur territoire. Ce programme encouragera la conclusion d'ententes avec le Ministère qui permettront le cofinancement de restaurations du patrimoine immobilier ainsi que l'embauche de ressources spécialisées en patrimoine.

Enjeu stratégique 3 : La pérennité du secteur de l'information et des communications

La présence de plateformes numériques étrangères qui accaparent des parts de marché de plus en plus importantes au Québec affecte les médias québécois, notamment par une baisse de revenus publicitaires. Or, les médias québécois financent une bonne partie de la production et de la diffusion des contenus québécois, tandis que les plateformes étrangères contribuent très peu à cette même production.

Orientation 3
Soutenir la transformation du secteur des communications

Le Ministère encourage les médias à transformer leurs modèles d'affaires en s'appuyant sur des produits innovants. La viabilité financière des médias est une condition essentielle pour produire et diffuser des contenus culturels ainsi que de l'information locale et régionale qui reflètent les valeurs et les intérêts de la société québécoise. Il s'agit de contribuer au maintien de ce secteur qui soutient l'identité québécoise et l'exercice de la démocratie.

Objectif 3.1
Contribuer à la pérennité des médias d'information

Les mesures d'aide financière directe ou indirecte visent à soutenir temporairement les médias dans la poursuite de leur mission et la recherche de nouveaux modèles d'affaires qui leur permettront d'assurer leur viabilité à plus long terme. Parallèlement à ces aides financières, d'autres mesures ont pour finalité de valoriser l'information et le traitement journalistique des nouvelles ainsi que de favoriser l'accessibilité du public à l'information.

INDICATEUR	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
8. Proportion des entreprises de la presse écrite admissibles s'étant prévalues du Programme d'aide à l'adaptation numérique des entreprises de la presse d'information écrite	20 %	30 %	40 %	50 %

TABLEAU SYNOPTIQUE

PLAN STRATÉGIQUE 2019-2023 MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS

MISSION

Le ministère de la Culture et des Communications a pour mission de contribuer au rayonnement de la culture et des communications, à l'épanouissement individuel et collectif de la population ainsi qu'à la mise en place d'un environnement propice à la création et à la vitalité des territoires. Conformément à sa mission, le Ministère continue de prendre position sur les grands enjeux de l'heure et de défendre les intérêts culturels du Québec, au Canada et sur la scène internationale.

VISION

Être le catalyseur d'une culture audacieuse et source de fierté pour le Québec.

VALEURS

Le Ministère adhère aux valeurs de l'administration publique québécoise, soit la compétence, la loyauté, l'impartialité, le respect et l'intégrité.

Enjeu stratégique 1

La promotion de la culture québécoise

Orientation 1

Favoriser la promotion de la culture québécoise

OBJECTIFS	
1.1	Faciliter la découvrabilité des produits culturels québécois dans l'environnement numérique
1.2	Faciliter l'exportation des productions culturelles québécoises à l'étranger
1.3	Soutenir la diffusion des productions culturelles québécoises dans l'ensemble des régions

Enjeu stratégique 2

L'aménagement culturel du territoire comme véhicule de l'identité québécoise

Orientation 2

Soutenir l'aménagement culturel du territoire

OBJECTIFS	
2.1	Renforcer l'exemplarité de l'État en matière de qualité architecturale
2.2	Appuyer le milieu municipal dans l'aménagement culturel de son territoire
2.3	Favoriser le changement de vocation des immeubles patrimoniaux excédentaires à caractère religieux
2.4	Appuyer le milieu municipal dans la préservation du patrimoine culturel immobilier

Enjeu stratégique 3

La pérennité du secteur de l'information et des communications

Orientation 3

Soutenir la transformation du secteur des communications

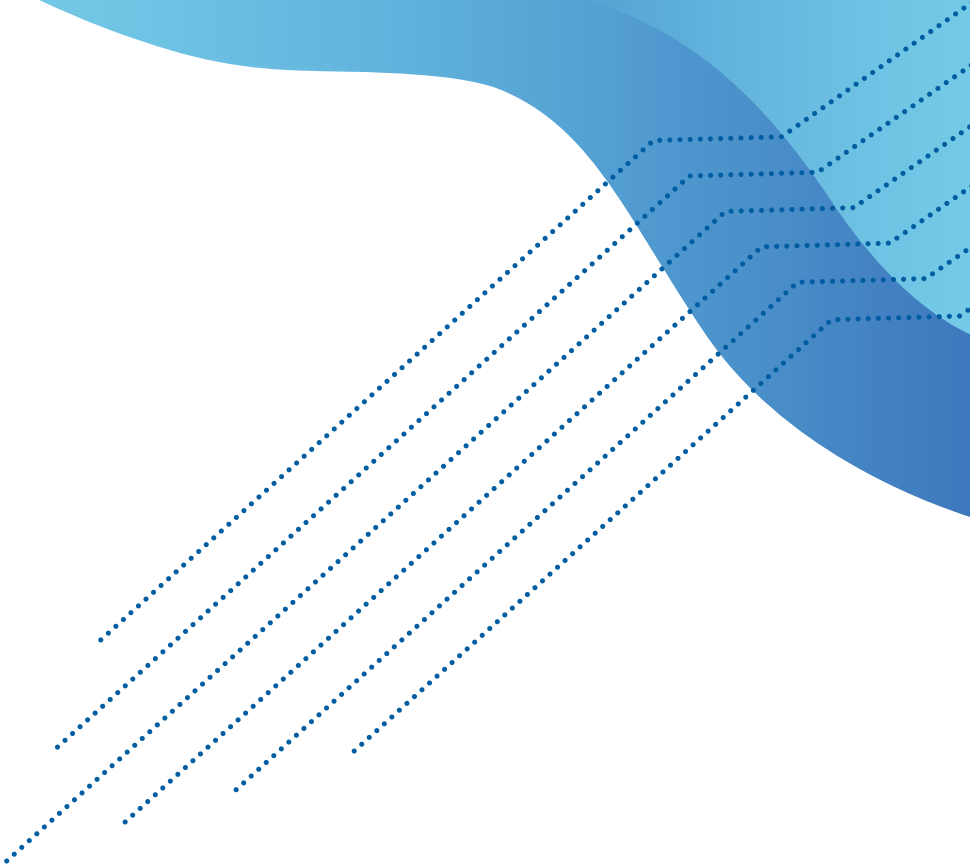
OBJECTIFS	
3.1	Contribuer à la pérennité des médias d'information

1. La Stratégie québécoise de l'architecture sera déposée au cours de l'exercice 2019-2020

	INDICATEURS	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
1	Proportion des secteurs culturels ayant adopté une norme commune de description de contenus culturels dans l'environnement numérique (valeur de référence : 5)	20 %	40 %	60 %	80 %
2	Taux d'augmentation du nombre de projets du milieu culturel québécois soutenus et contribuant à la mise en marché hors Québec des productions culturelles québécoises (valeur de départ : 60)	2 %	5 %	7 %	10 %
3	Nombre de nouvelles initiatives appuyant la diffusion régionale de productions culturelles québécoises (valeur de départ : 0)	17	17	17	17 Cible finale : 68

	INDICATEURS	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
4	Proportion des ministères et des organismes gouvernementaux visés par la Stratégie québécoise de l'architecture[1] et disposant d'au moins une mesure en vigueur liée à la qualité architecturale (valeur de départ : à déterminer selon la désignation des ministères et organismes établie dans la nouvelle stratégie en préparation avec l'Ordre des architectes du Québec)	2 %	5 %	30 %	55 %
5	Proportion des MRC s'étant prévalues du programme Aide aux initiatives de partenariat pour conclure une entente de développement culturel intégrant l'aménagement culturel de leur territoire (valeur de référence : 101)	5 %	15 %	30 %	45 %
6	Proportion des lieux de culte patrimoniaux excédentaires admissibles dont les propriétaires se sont prévalus d'un soutien pour la requalification (valeur de départ : à déterminer selon résultats de l'inventaire)	2 %	4 %	7 %	10 %
7	Proportion des MRC ayant conclu une entente dans le cadre du Programme de soutien au milieu municipal en patrimoine immobilier (valeur de départ : 101)	15 %	20 %	25 %	30 %

	INDICATEURS	CIBLE 2019-2020	CIBLE 2020-2021	CIBLE 2021-2022	CIBLE 2022-2023
8	Proportion des entreprises de la presse écrite admissibles s'étant prévalues du Programme d'aide à l'adaptation numérique des entreprises de la presse d'information écrite. (valeur de départ : 68)	20 %	30 %	40 %	50 %



Culture
et Communications
Québec