

L'Association des créatrices et
créateurs de contenu du Québec



Un cadre pour l'intégration des
créateurs.trices socionumériques
à la SODEC et à l'écosystème
culturel québécois

1. Présentation de l'ACRÉA et des auteurs.....	3
2. Exposé général.....	3
A. Introduction.....	3
B. Clarifier ce qu'est la "création numérique".....	4
Recommandation 1.....	5
Reconnaître deux formes de créativité numérique: fermée et ouverte.....	5
Impact culturel et efficacité économique de la création ouverte.....	6
Description générale de la création ouverte.....	7
C. Nominations aux comités de sélection de la SODEC.....	8
Recommandation 2.....	8
Recommandation 3.....	9
Création numérique ouverte: une compétence et expérience distincte.....	9
Nominations en consultation avec les organismes de créateurs socionumériques.....	10
D. Un modèle québécois de financement public des créateurs socionumériques.....	11
Recommandation 4.....	11
Recommandation 5.....	12
Volet de projets à portée définie.....	12
Volet de projets à portée indéfinie.....	13
3. Conclusion et liste des recommandations.....	14

1. Présentation de l'ACRÉA et des auteurs

Ce mémoire est déposé par l'ACRÉA. L'ACRÉA est un regroupement et une voix pour les créatrices et créateurs de contenu du Québec. Notre mission est de crédibiliser le métier de créateur·rice au Québec, promouvoir la culture québécoise sur le numérique, devenir un agent facilitateur vers le métier de créateur·rice de contenu, offrir une représentation publique et gouvernementale à l'industrie et s'impliquer activement dans les débats sociétaux de l'industrie.

Ce mémoire a été rédigé par le comité PAC-NUM de l'ACRÉA, composé des personnes suivantes:

- **Laurence Labrosse-Héroux** - Co-fondatrice et Co-directrice générale de l'ACRÉA, productrice du Gala InfluenceCréation
- **Jean-Michel Lépine** Co-fondateur et Co-directeur général de l'ACRÉA, producteur du Gala InfluenceCréation
- **Farnell Morisset** - Créateur de capsules de vulgarisation et analyse de sujets d'intérêt citoyen, administrateur de l'ACRÉA
- **Laurent Turcot** - Professeur à l'Université du Québec à Trois-Rivières, créateur de la chaîne de vulgarisation en histoire : L'Histoire nous le dira

Le comité PAC-NUM remercie aussi Nataly Levesque, Denis Martel et Marjolaine Pilon pour leurs contributions, réflexions et commentaires.

2. Exposé général

A. Introduction

Le Projet de loi n° 108 de la première session de la quarante-troisième législature de l'Assemblée nationale du Québec (ci-après le "Projet de loi") propose de moderniser la *Loi sur la société de développement des entreprises culturelles* (ci-après la "Loi sur la SODEC") afin de permettre à la Société de développement des entreprises culturelles (ci-après la "SODEC") d'appuyer les entreprises de créativité numérique, notamment avec des mesures d'accompagnement et services financiers divers. Pour ce faire, le Projet de loi propose aussi l'ajout d'une personne possédant la compétence et l'expérience appropriées dans le domaine de la créativité numérique au conseil d'administration de la SODEC.

L'ACRÉA accueille avec enthousiasme le Projet de loi, qui reconnaît l'importance de la création numérique à la culture québécoise et l'accès à du contenu francophone sur les plateformes du web. Ce mémoire propose des pistes pour bonifier le Projet de loi et l'application subséquente des pouvoirs et responsabilités qu'il confère à la SODEC afin d'offrir un soutien pratique et efficace aux créateurs socionumériques, tout en étant sensible à leurs réalités, leurs moyens de création, et la valeur créée par leur travail. Ce mémoire cadre dans une approche d'intégration des nouveaux médias du web dans l'écosystème culturel québécois plus général et la place des artistes québécois de tout genre dans ces nouveaux médias.

Pour le faire, ce mémoire propose d'abord de clarifier la notion de "création numérique" pour en reconnaître deux types différents: les créateurs oeuvrant sur les plateformes fermées (c'est-à-dire les plateformes où le contenu disponible est contrôlé par les opérateurs de la plateforme, comme Netflix, Amazon Prime, Savoir Média ou Tou.tv) et les créateurs socionumériques oeuvrant sur les plateformes ouvertes (c'est-à-dire les plateformes où le contenu disponible vient des usagers sans intermédiaire humain entre la création et la diffusion, comme YouTube, Substack, TikTok ou Instagram). Les créateurs socionumériques sur les plateformes ouvertes sont aujourd'hui un des vecteurs principaux de transmission de culture québécoise et leur réalité est bien différente de celle des créateurs sur les plateformes fermées. L'ACRÉA étant une association représentant des créateurs socionumériques œuvrant principalement sur les plateformes ouvertes, le reste du mémoire vise les moyens d'appui à ces créateurs.

Ce mémoire propose deuxièmement des moyens de nomination des représentants de la SODEC qui seront chargés de la sélection des appuis de la SODEC aux créateurs socionumériques. Notre objectif est de créer une base décisionnelle d'appuis publics aux créateurs socionumériques composée d'individus bien à l'affût de la réalité en constante évolution de la création sur les plateformes ouvertes. Pour ce, nous suggérons qu'une partie des nominations de ces représentants se fasse en consultation avec des organismes représentant les créateurs socionumériques (comme l'ACRÉA) qui procèdent par consultation de leurs membres ou élection par leurs membres.

Troisièmement, ce mémoire propose que la SODEC s'inspire des pratiques existantes en France, traitant du financement des créateurs socionumériques, entre autres par la création de critères quantitatifs et qualitatifs par rapport aux appuis financiers de la SODEC. La réalité pratique étant différente au Québec qu'en France, nous proposons un modèle québécois de cette approche.

B. Clarifier ce qu'est la "création numérique"

Le "création numérique" est au centre du Projet de loi. Le Projet de loi prévoit l'ajout d'un directeur additionnel de la SODEC "possédant la compétence et l'expérience appropriées dans le domaine de la créativité numérique"¹, ajoute à la mission de la SODEC de "promouvoir et soutenir [...] les entreprises de créativité numérique"², étend l'admissibilité à l'aide de la SODEC aux "entreprises culturelles dont les activités portent principalement sur [...] la créativité numérique"³ et crée au sein de la SODEC la "Commission de la créativité numérique"⁴.

Cependant, le projet de loi ne définit pas ce qu'est la "créativité numérique" et n'offre pas de guide à l'interprétation du terme.

¹ Loi sur la SODEC, article 5, tel que modifiée par le Projet de loi, article 1

² Loi sur la SODEC, article 17, tel que modifié par le Projet de loi, article 8

³ Loi sur la SODEC, article 21, tel que modifié par le Projet de loi, article 12

⁴ Loi sur la SODEC, article 28, tel que modifié par le Projet de loi, article 19

Nous reconnaissons qu'il est probablement l'intention législative du Projet de loi de permettre une grande flexibilité aux administrateurs de la SODEC et qu'une définition trop précise de ce qu'est la créativité numérique pourrait avoir l'effet indésirable de restreindre, plutôt que faciliter, la mission de la SODEC. Pour des raisons similaires, la Loi sur la SODEC ne définit pas non plus ce que sont "le domaine de l'audiovisuel", "les domaines de la musique ou du spectacle", "les domaines du livre ou de l'édition" et "les domaines des métiers d'art ou du marché de l'art"⁵. Le domaine de la créativité numérique étant encore un domaine relativement nouveau, une définition proposée aujourd'hui pourrait aussi exclure des éléments de son évolution éventuelle et certaine.

Recommandation 1:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC reconnaisse deux formes de créativité numérique, soit (1) la créativité numérique sur plateformes fermées et (2) la créativité numérique sur plateformes ouvertes.

Reconnaître deux formes de créativité numérique: fermée et ouverte

Sans vouloir définir restrictivement la "créativité numérique", nous proposons qu'il soit reconnu dans le Projet de loi (et éventuellement dans la Loi sur la SODEC) que le terme "créativité numérique" englobe présentement deux formes de création fondamentalement différentes, que nous nommons dans ce mémoire la création sur plateforme numérique fermée et la création sur plateforme numérique ouverte. Ces deux formes de création ont des réalités culturelles, sociales, et économiques très différentes qui ne peuvent être facilement traitées de la même façon et qui ont chacun besoin de leur forme d'expertise particulière pour bien les appuyer.

Par création sur plateforme numérique fermée (ou "création fermée"), on entend la production culturelle qui vise à être publiée ou diffusée sur toute plateforme où la publication ou la diffusion passe par une sélection humaine qui en fait une curation intentionnelle. On parle par exemple de plateformes numériques comme Tou.tv, Netflix et Savoir Média, Radio-Canada OHdio ou La Presse+. Bien que les plateformes numériques fermées évoluent et innovent à leur manière, la production culturelle sous-jacente se fait encore de façon similaire à la production culturelle écrite, radio, télé et cinéma traditionnelle. L'approche de la SODEC à appuyer ces productions n'est pas appelée à un changement radical dans ses critères d'évaluation et de sélection déjà en place pour la production cinéma, télé, radio, ou imprimé.

Par création sur plateforme numérique ouverte (ou "création ouverte"), on entend la production culturelle qui vise à être publiée ou diffusée sur toute plateforme où la publication ou la diffusion est essentiellement instantanée et automatisée, sans révision ou curation humaine du contenu avant sa publication et diffusion. On parle par exemple de plateformes de diffusion populaire de contenus culturels écrits, audio, ou vidéo comme YouTube et Substack et des médias sociaux comme TikTok, Instagram et Facebook. Contrairement à la création fermée qui opère selon

⁵ Loi sur la SODEC, article 5

plusieurs des mêmes paradigmes traditionnels de production culturelle tels que la télévision, les films et les spectacles diffusés par la télé, la création ouverte opère dans une réalité de production radicalement différente des projets jusqu'à présent appuyés par la SODEC.

L'ACRÉA représente surtout des créateurs dans la forme de création ouverte. Nos recommandations à suivre seront donc en lien avec les créateurs de cette forme.

Impact culturel et efficacité économique de la création ouverte

Les créateurs socionumériques sur les plateformes ouvertes sont encore perçus par certains acteurs culturels comme un phénomène marginal de jeunes et secondaire à la "vraie" culture québécoise. La réalité en est tout autre. Aujourd'hui, les plateformes numériques ouvertes et les créateurs qui y sont actifs sont un des vecteurs principaux de transmission de la culture québécoise, de la francisation des contenus culturels consommés par les québécois, et sont le vecteur de transmission culturelle québécois ayant la plus grande croissance.

En date d'aujourd'hui, 53 % du temps média des 13-25 ans est consacré à du contenu produit par des créateurs numériques⁶, et 95 à 98 % de l'audience des influenceurs québécois est composée de Québécois⁷, représentant un taux de fidélité locale inégalé. De plus, 83 % des adultes au Québec utilisent au moins une plateforme de médias sociaux⁸, faisant des créateurs numériques des vecteurs essentiels, et en croissance rapide, de la culture québécoise, et ce, souvent avec des moyens bien moindres que ceux des productions traditionnelles. Les plateformes numériques ouvertes représentent dans plusieurs cas des vecteurs de transmission de culture ayant autant, sinon plus, de reconnaissance populaire et d'impact culturel que la radio, la télévision et le cinéma, et les oeuvres des créateurs socionumériques sont régulièrement autant vus et partagés collectivement que les plus grands phénomènes culturels québécois bien établis, comme le Bye-Bye ou le Gala de l'ADISQ.

Le plein essor du monde de la création socionumérique agit également à titre de contre-exemple de la tendance actuelle de désengagement général de la population québécoise - particulièrement plus jeune - vers les autres vecteurs de production culturelle depuis les dernières années.⁹

En effet, les créateurs socionumériques québécois génèrent à eux seuls, dans leurs créneaux respectifs, un énorme taux d'engagement, surtout auprès des jeunes et de la relève culturelle québécoise à travers la province. Contrairement aux autres plateformes de télévision, de

⁶ Fonds des médias du Canada (2022). *State of play – Chapter 1: The state of the industry*.

<https://cmf-fmc.ca/perspectives/perspectives-flipping-the-screen/chapter-1-state-of-play/>

⁷ Hellopartner (2025, 23 juin). *Influencer marketing in Canada: Bilingual audiences and Quebec's unique culture*.

<https://hellopartner.com/2025/06/23/influencer-marketing-in-canada-bilingual-audiences-and-quebecs-unique-culture/>

⁸ Inbeat Agency (2025). *Best social media ad agencies in Quebec*.

<https://inbeat.agency/blog/best-social-media-ad-agencies-quebec>

⁹ Mario Girard, La Presse, *Ces jeunes qui ignorent la culture québécoise*, 13 août 2025.

<https://www.lapresse.ca/arts/chroniques/2025-08-13/ces-jeunes-qui-ignorent-la-culture-quebecoise.php>

cinéma, ou de musique, le public québécois consomme la production culturelle numérique de leurs créateurs socionumériques d'ici, et en demande constamment plus. Le succès des créateurs socionumériques qui se démarquent de par la pertinence de leur contenu en témoigne.

À l'international, les plateformes ouvertes sont aussi un moyen primaire par lesquels les créateurs québécois contribuent et se font découvrir par la francophonie à travers le monde, faisant ainsi rayonner le Québec bien au-delà de ses frontières.

Malgré ceci, un mur relativement étanche s'est dressé entre l'univers des créateurs socionumériques et celui des autres institutions culturelles québécoises, créant deux écosystèmes culturels en parallèle. Les institutions québécoises du cinéma et de la télévision n'intègrent que très peu les créateurs socionumériques dans leurs productions, malgré la popularité de ces créateurs qui dépasse très souvent celle des productions institutionnelles. Cette étanchéité se fait sentir aussi à l'inverse - peu d'artistes œuvrant dans les productions institutionnelles participent activement à la production socionumérique sur les plateformes ouvertes. Il y a plusieurs raisons sociales, économiques, et culturelles pour cette exclusion des créateurs socionumériques, mais une d'entre elles est la perception dans les institutions culturelles existantes que les créateurs socionumériques manquent de crédibilité et de légitimité en tant que créateurs et transmetteurs de culture.

Une reconnaissance et des appuis formels de la SODEC des créateurs socionumériques spécifiquement serait un grand pas vers l'intégration des créateurs socionumériques dans les autres sphères de création culturelle québécoise. Ceci permettrait d'harmoniser l'ensemble des formes de création culturelle québécoise et ramener le public vers les formes plus institutionnelles de création culturelle. De plus, vu la capacité prouvée d'attirer l'attention du public québécois des créateurs socionumériques d'ici avec très peu de ressources, le retour sur investissement est prometteur. Les créateurs socionumériques ont un impact culturel important avec des moyens qui représentent qu'une petite fraction des ressources nécessaires aux productions culturelles radiophoniques, télévisuelles ou cinématographiques. Comparativement à la production culturelle institutionnelle, en terme de portée par dollar investi, cela coûtera très peu pour avoir un grand impact.

Description générale de la création ouverte

La création ouverte se caractérise surtout par le faible coût d'entrée qui la rend accessible à tous, la production artisanale individuelle ou à très petite échelle et la poursuite d'intérêts hautement décentralisés. On y trouve presque autant de créateurs socionumériques qu'il y a de champs d'intérêt, ce qui assure que chaque consommateur trouve généralement du contenu culturel qui l'intéresse. Accessoirement, on y trouve aussi souvent - mais pas toujours - des cycles de production très courts et une culture de collaboration et de production par relais d'individus sans coordination centrale. Les créateurs dans cette forme de création numérique sont essentiellement des artisans - des individus entrepreneurs qui s'occupent directement de tous les éléments de leur production avec des moyens modestes afin de créer quelque chose d'unique et à leur image.

Les créateurs socionumériques se fient généralement aux algorithmes des plateformes ouvertes pour trouver et connecter avec leurs publics. Ceux qui s’y démarquent le font généralement grâce à une combinaison de leur originalité et de leur persistance à produire régulièrement du contenu culturel d’intérêt pour une communauté nichée assez longtemps pour que les algorithmes des plateformes ouvertes identifient quels usagers tendent à être intéressés par quels créateurs. Ils défient donc les normes actuelles du monde de la création culturelle professionnelle - ils ne définissent pas tous leurs objectifs de “succès” de la même façon et ils ne visent pas tous à faire de leur activité culturelle une profession ou un travail à temps plein.

Les créateurs socionumériques sont donc généralement d’abord des individus authentiquement passionnés par ce qu’ils font. Contrairement à certains stéréotypes, le succès populaire n’est que très rarement le résultat soudain d’un seul contenu devenu “viral” par le hasard des algorithmes (et ces vedettes virales soudaines disparaissent généralement aussi rapidement qu’elles apparaissent). Les créateurs socionumériques à succès bâtissent généralement cette popularité pendant des années d’efforts réguliers et soutenus par rien d’autre que leurs propres passions et leur résilience.

Tout ceci fait des créateurs socionumériques des individus hautement autonomes et indépendants. Ils sont donc généralement aussi plutôt réfractaires aux contrôles créatifs externes, peu enclins à s’associer dans des organisations trop rigides ou contraignantes et plutôt intolérants aux obligations et encadrements administratifs lourds. Pour les appuyer, il faut donc une approche souple, rapide, et à plus petite échelle, et surtout supervisée par des gens ayant l’expérience dans le domaine et les compétences appropriées.

C. Nominations aux comités de sélection de la SODEC

Le Projet de loi prévoit la création d’une Commission de la créativité numérique au sein de la SODEC.¹⁰ Elle prévoit aussi que cette Commission sera formée (comme les autres Commissions de la SODEC) d’un membre du conseil d’administration possédant la compétence et l’expérience appropriées dans la créativité numérique.¹¹ Cette Commission sera l’appareil conseiller principal sur les décisions d’appuis à la création numérique, mais la Loi sur la SODEC dans sa forme actuelle et telle que modifiée par le Projet de loi prévoit aussi la possibilité de former des comités additionnels¹² et des filiales¹³ ayant comme mandat de conseiller la SODEC sur l’aide financière à accorder à la créativité numérique.

Recommandation 2:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC reconnaisse que la compétence et l’expérience en création numérique fermée n’équivaut pas à la compétence et l’expérience en création

¹⁰ Loi sur la SODEC, article 28, tel que modifié par le Projet de loi, article 19

¹¹ Loi sur la SODEC, article 29, tel que modifié par le Projet de loi, article 20

¹² Loi sur la SODEC, article 24

¹³ Loi sur la SODEC, article 19, tel que modifié par le Projet de loi, article 11

numérique ouverte, et que dans tous les cas où la Loi sur la SODEC ou les instances créées suite à la Loi sur la SODEC fait appel à des décideurs en lien avec un appui à la création numérique ouverte, les décideurs doivent spécifiquement avoir un niveau approprié de compétence et d'expérience en création numérique ouverte.

Recommandation 3:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC ou les règlements et procédures adoptées sous la Loi sur la SODEC consulte les organismes de représentation de créateurs socationumériques (de préférence avec un processus décisionnel démocratique) dans leurs choix de décideurs ou conseillers ayant un niveau approprié de compétence et d'expérience en création numérique ouverte.

Création numérique ouverte: une compétence et expérience distincte

La création numérique ouverte évolue dans une réalité très différente de la création numérique fermée. Malgré ses particularités, la création numérique fermée s'apparente à plusieurs égards à la création culturelle traditionnelle cinématographique, télévisuelle, radiophonique, ou écrite. Elle est généralement le fruit d'un effort concerté et centralisé d'équipes de professionnels, planifiée d'avance suivant un budget établi et un échéancier prévisible, le tout sous le contrôle de maisons de production qui en assurent une mise en marché.

La création numérique ouverte est tout autre. Les créateurs socationumériques opèrent souvent seuls ou en très petits groupes, assumant l'ensemble du processus passant de l'idéation initiale à la production, jusqu'à la diffusion finale du contenu créé. Leurs processus de création complet sont souvent beaucoup plus rapides que la création culturelle fermée, pouvant aller de quelques mois à quelques minutes seulement dépendant du créateur et des styles de création.

Au niveau affaires, ils sont aussi souvent directement impliqués dans la recherche et négociation de leur financement (quand ils en ont), qui se fait majoritairement par des partenariats publicitaires avec des compagnies privées de tout genre. Ces ententes de financement sont généralement de courte durée et de petite portée financière comparativement aux ententes de financement dans les autres formes de création culturelle. Les créateurs socationumériques représentent donc aussi une nouvelle forme d'entrepreneuriat et d'activité économique, bien que les montants en jeu soient, pour la plupart, modestes - seulement 2% des créateurs actifs sur TikTok gagnent plus que 100 000\$ par année¹⁴. En pratique, les quelques créateurs socationumériques qui arrivent à vivre de leur création le font en combinant plusieurs sources différentes de revenus. Une industrie de représentation des créateurs socationumériques est actuellement en pleine croissance, mais demeure à un stade encore embryonnaire de son enfance et opère selon les mêmes paradigmes que la création culturelle fermée.

¹⁴Hugo Dumas, La Presse, *Les seigneurs des anneaux lumineux*.
<https://www.lapresse.ca/arts/chroniques/2025-07-09/createurs-d-influence/les-seigneurs-des-anneaux-lumineux.php>

Les algorithmes des plateformes ouvertes ont souvent un poids important (voir central) sur le succès et la viabilité des créateurs socionumériques. Ces algorithmes sont en constante évolution, et donc les créateurs sont récompensés par l'expérimentation constante. Il est donc difficile ou même impossible pour un créateur socionumérique de prévoir la forme de sa création culturelle future.

Pour l'instant, il semble avoir un mur culturel encore relativement étanche entre la création numérique sur les plateformes ouvertes et les autres paliers de création culturelle. Bien que l'intégration des créateurs socionumériques dans les autres formes de culture québécoise commence lentement, des créateurs socionumériques québécois ayant des centaines de milliers d'abonnés sont encore que très rarement invités sur les plateaux de télé et studios de radio du Québec. Ceci crée l'effet d'un écosystème culturel parallèle, où des créateurs socionumériques québécois ont une portée culturelle qui dépasse largement celle des vedettes des industries culturelles traditionnelles, mais restent de parfaits inconnus pour ceux qui ne consomment pas de culture via les médias sociaux et autres plateformes ouvertes.

C'est aussi la nature des algorithmes des plateformes ouvertes qu'ils sont hautement individualisés et personnalisés aux intérêts particuliers de chaque consommateur de culture en fonction de leurs intérêts et interactions. Un créateur ayant un grand suivi peut donc aussi être complètement inconnu même d'un usager avide des plateformes ouvertes si leurs champs d'intérêts ne s'entrecoupent pas.

La compétence et l'expérience dans le domaine de la création numérique ouverte est donc unique à cette forme de création culturelle, et il est difficile d'en développer une connaissance appropriée aux décisions d'aide et d'appui sans être bien connecté à sa réalité pratique et en évolution constante. Une personne ayant un haut niveau de compétence et d'expérience dans d'autres formes de création culturelle pourrait facilement se tromper dans l'évaluation de l'importance, la portée et l'ampleur d'un créateur ou la faisabilité de certaines méthodes d'appui applicables à d'autres formes de création.

Pour ces raisons, il est primordial pour maximiser l'efficacité des appuis de la SODEC que les individus chargés de conseiller la SODEC en appuis aux créateurs socionumériques aient la compétence et l'expérience adéquates spécifiquement dans le domaine de la création numérique ouverte. La compétence et l'expérience dans le domaine de la création numérique fermée n'est pas nécessairement adéquate.

Nominations en consultation avec les organismes de créateurs socionumériques

Le Projet de loi et la Loi sur la SODEC prévoient que la SODEC nomme des membres à la Commission de la créativité numérique "après consultation d'organismes qu'elle considère comme représentatifs des milieux concernés par le domaine de compétence de la Commission".¹⁵ Il est impératif pour l'efficacité maximale de la Commission qu'elle compte

¹⁵ Loi sur la SODEC, article 29, tel que modifié par le Projet de loi, article 20

parmi ses membres des représentants du milieu de la création numérique ouverte qui comprennent la réalité pratique des enjeux des créateurs socionumériques.

Pour cette raison, la SODEC devrait nommer les conseillers et décideurs responsables des appuis de la SODEC aux créateurs numériques ouverts en consultation étroite avec des organismes de représentation de créateurs socionumériques.

La SODEC devrait prioriser la consultation et les avis d'organismes de représentation de créateurs s'étant engagés à nommer ses individus suivant un processus démocratique auquel tous les membres sont invités à participer. Une telle approche minimise le risque de perception de "cliques" d'initiés à l'exclusion d'une représentativité réelle de l'ensemble des créateurs socionumériques, ce qui maintiendra la valeur des plateformes ouvertes comme étant des vecteurs de création culturelle numérique populaires, démocratiques, et égalitaires.

D. Un modèle québécois de financement public des créateurs socionumériques

Depuis 2017, le Centre national du cinéma et de l'image animée en France (ci-après le "CNC en France") maintient un "Fonds d'aide aux créateurs vidéo sur Internet" nommé CNC Talent¹⁶. Ce fonds offre de l'aide financière aux créateurs socionumériques de la France suivant un modèle à deux volets: l'un axé sur les projets à portée définie (appelé "aide à la création"), et l'autre sur les projets à portée indéfinie (appelé "aide à l'éditorialisation des chaînes numériques"). La sélection des projets se fait selon des mesures quantitatives et qualitatives et sur le dépôt d'un budget dont l'aide financière du CNC en France doit représenter au plus 50% du montant total.

Cette approche fait ses preuves en France depuis maintenant 8 ans et a créé un écosystème de création numérique ouverte en France qui dépasse (toutes proportions gardées) l'état actuel de l'écosystème de création numérique ouverte au Québec. L'approche du CNC en France peut servir de modèle aux appuis de la SODEC aux créateurs socionumériques québécois, mais avec certaines modifications pour en faire un modèle adapté à la réalité spécifiquement québécoise.

Recommandation 4:

Nous recommandons que la SODEC adopte un programme d'appui aux créateurs socionumériques similaire à celle du Centre national du cinéma et de l'image animée en France, compte tenu de certaines particularités de la réalité québécoise, comportant deux volets d'appuis: (1) les appuis aux projets à portée définie, et (2) les appuis aux projets à portée indéfinie.

¹⁶Centre national du cinéma et de l'imaginaire animée (France).

https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/creation-numerique/fonds-daide-aux-createurs-video-sur-internet-cnc-talent_190814

Recommandation 5:

Nous recommandons que la SODEC garde les appuis financiers aux créateurs socionumériques sous un plafond maximal qui n'intéressait pas les productions professionnelles afin d'assurer que les programmes d'appuis aux créateurs socionumériques n'attirent pas l'intérêt d'autres types de création numérique et ne fassent pas interférence au développement de programmes d'appui dédiés à la création numérique institutionnelle.

Volet de projets à portée définie

Un projet à portée définie est un projet de création socionumérique qui vise à produire un bien culturel spécifique dont le contenu est prévu d'avance et ayant une fin clairement définie dès le début de la conceptualisation d'un projet. On peut penser par exemple d'un documentaire, d'une série de quelques capsules sur un sujet précis ou d'un reportage sur un événement ou une expérience particulière. Le CNC en France prévoit un volet nommé "Aide à la création" pour les projets du genre, et nous proposons une approche similaire.

Il est généralement possible de planifier un budget spécifiquement pour un projet à portée définie. Vu que ces projets ont un début, un milieu, et une fin prévues d'avance, on peut y prévoir les dépenses avec un certain degré de confiance. Ces projets sont donc propices à des critères appropriés au projet lui-même selon des critères quantitatifs et qualitatifs.

Pour les critères quantitatifs, le nombre de visionnements et d'engagement des projets passés des créateurs principaux devrait être un critère prépondérant. S'il s'agit d'un des premiers projets à portée définie des créateurs, le nombre d'abonnés et la portée moyenne des créateurs principaux sur une ou plusieurs plateformes numériques ouvertes devrait remplacer ce critère. Ainsi, la SODEC pourra appuyer la croissance graduelle des créateurs d'un projet à l'autre en fonction de leurs succès quantitativement démontrables passés et assurer un arrimage entre le financement de création culturelle socionumérique et l'intérêt réel du public.

Pour les critères qualitatifs, les objectifs généraux de la SODEC d'appuyer la création culturelle québécoise s'appliquent, quoi qu'il sera important que ceux qui conseillent ou qui décident des appuis soient des gens possédant la compétence et l'expérience appropriées dans la créativité numérique de projets du genre sur les plateformes ouvertes (pour les mêmes raisons qu'énoncées dans la section C plus haut).

Afin d'assurer que les appuis de la SODEC aux créateurs socionumériques ne deviennent pas une porte d'entrée pour d'autres projets et assurer que les appuis vont réellement à des créateurs socionumériques, nous suggérons que les montants d'appuis aient des plafonds relativement bas, afin de ne pas être adéquats pour des productions professionnelles pour lesquels d'autres programmes d'aide existent. Ceci permettra aussi une plus grande diversité dans la distribution des appuis de la SODEC. Nous proposons un appui plafond d'environ 40 000 \$ par projet, indexé selon l'évolution des coûts. Un appui sous ce plafond n'intéresserait probablement pas une production institutionnelle (qui devrait se tourner vers d'autres

programmes d'appui aux projets institutionnels) mais ferait toute la différence à un créateur socionumérique.

La CNC en France exige aussi que l'appui public total ne dépasse pas la moitié du budget prévisionnel total - une telle approche favorise le dépôt de budgets prévisionnels réalistes et arrimés d'autres sources de financement, et nous y sommes ouverts.

Volet de projets à portée indéfinie

Un projet à portée indéfinie est un projet de création socionumérique caractérisé par une production et un avenir imprévisible. Ces projets sont souvent axés sur une production en continue basée sur les intérêts et la personnalité de leurs créateurs et parfois en réaction à l'actualité et aux développements culturels spontanés du web. On peut penser par exemple aux chaînes d'information d'intérêt public autonome et d'analyse de l'actualité, de *sketchs* d'humoristes et de comédiens, de musiciens et danseurs émergents et d'artistes de tout genre. Le CNC en France prévoit un volet nommé "Aide à l'éditorialisation des chaînes numériques" pour les projets du genre, et nous proposons une approche similaire.

Il n'est généralement pas possible de planifier un budget pour un projet à portée indéfinie, car la forme précise du projet est rarement connue d'avance même par ses créateurs et ils n'ont pas de début, milieu, et fin claires. Les appuis à ces projets devraient plutôt être vus comme des appuis aux créateurs eux-mêmes plutôt qu'aux produits culturels finaux qu'ils créent, et ceci devrait se refléter dans les critères quantitatifs et qualitatifs de sélection d'aide.

Pour les critères quantitatifs, la SODEC devrait suivre les pratiques émergentes du secteur privé. Le secteur privé évalue généralement le nombre d'abonnés, la portée moyenne des productions individuelles, et les taux d'engagement moyens du public avec les productions des créateurs socionumériques sur les plateformes numériques ouvertes. Afin d'éviter la multiplication de demandes de nouveaux créateurs dont le créneau est encore indéterminé, un créateur devrait devoir atteindre un seuil minimal d'abonnés sur une plateforme numérique ouverte avant d'être éligible à l'appui de la SODEC. Le CNC en France exige un nombre minimum de 50 000 abonnés, mais dans le contexte d'une population québécoise moins nombreuse que celle de la France, les seuils minimaux devraient aussi être revus à la baisse afin d'ouvrir la porte à une évaluation qualitative de plus de créateurs. Ces seuils devraient aussi être ajustés en fonction des plateformes utilisées par les créateurs, qui ne traitent pas tous de la notion "d'abonné" de la même façon, mais nous proposons à titre d'exemple des seuils comparables à ceux de l'ACRÉA pour les créateurs "émergents" au Gala Influence Création:

- 5 000 abonnés sur TikTok
- 3 500 abonnés sur Instagram
- 1 000 abonnés sur Youtube
- 1 000 abonnés sur Twitch

Pour les critères qualitatifs, les objectifs généraux de la SODEC d'appuyer la création culturelle québécoise s'appliquent, quoi qu'il sera important que ceux qui conseillent ou qui décident des

appuis soient des gens possédant la compétence et l'expérience appropriées dans la créativité numérique de projets du genre sur les plateformes ouvertes (pour les mêmes raisons qu'énoncées dans la section C plus haut).

Vu la nature imprévisible des projets à portée indéfinie, l'aide financière de la SODEC devrait être attribuée aux créateurs sur une période renouvelable (comme six mois) en fonction d'un plan flexible de création. Ceci reconnaîtrait la réalité pratique des créateurs socionumériques: ce n'est pas uniquement l'acte créatif qui doit être financé, mais aussi tous les autres actes professionnels qui rendent possible la création à long terme : la gestion de production, l'entretien des communautés, l'administration, la planification, la coordination de partenaires, les stratégies de diffusion, la monétisation, les suivis comptables. Ce sont des tâches incontournables, souvent invisibles, mais essentielles dans la chaîne de création d'un créateur socionumérique en croissance. Pour assurer que les appuis vont réellement à des créateurs socionumériques, nous suggérons que les montants d'appuis aient des plafonds relativement bas, afin de ne pas être adéquats pour des productions professionnelles pour lesquelles d'autres programmes d'aide existent. Ceci permettra aussi une plus grande diversité dans la distribution des appuis de la SODEC. Nous proposons un appui plafond de 50 000 \$ par année à un créateur de projet à portée indéfinie. Comme pour les appuis aux projets à portée définie, un appui sous ce plafond n'intéresserait probablement pas une production professionnelle mais ferait toute la différence à un créateur socionumérique.

3. Conclusion et liste des recommandations

L'ACRÉA accueille favorablement le Projet de loi. La création numérique n'est plus un phénomène marginal ou secondaire, elle est aujourd'hui un des vecteurs principaux de transmission de la culture québécoise. Il faut cependant s'assurer que la SODEC puisse reconnaître que la création numérique prend plusieurs formes, qu'on peut diviser en deux grandes catégories: la création sur plateforme numérique fermée et la création sur plateforme numérique ouverte. La compétence dans l'un n'est pas nécessairement garant de compétence dans l'autre, et pour appuyer adéquatement les créateurs socionumériques, la SODEC doit être en mesure d'avoir des conseillers et décideurs possédant la compétence et expérience appropriés pour évaluer l'impact culturel de la création sur plateforme ouverte. La SODEC doit aussi veiller à s'assurer que ses programmes d'appui à la création numérique soient adaptés à la réalité des créateurs socionumériques et leur demeurent accessibles.

Recommandation 1:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC reconnaisse deux formes de créativité numérique, soit (1) la créativité numérique sur plateformes fermées et (2) la créativité numérique sur plateformes ouvertes.

Recommandation 2:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC reconnaisse que la compétence et l'expérience en création numérique fermée n'équivaut pas à la compétence et l'expérience en création numérique ouverte, et que dans tous les cas où la Loi sur la SODEC ou les instances créées suite à la Loi sur la SODEC fait appel à des décideurs en lien avec un appui à la création numérique ouverte, les décideurs doivent spécifiquement avoir un niveau approprié de compétence et d'expérience en création numérique ouverte.

Recommandation 3:

Nous recommandons que la Loi sur la SODEC ou les règlements et procédures adoptées sous la Loi sur la SODEC consulte les organismes de représentation de créateurs socationumériques (de préférence avec un processus décisionnel démocratique) dans leurs choix de décideurs ou conseillers ayant un niveau approprié de compétence et d'expérience en création numérique ouverte.

Recommandation 4:

Nous recommandons que la SODEC adopte un programme d'appui aux créateurs socationumériques similaire à celle du Centre national du cinéma et de l'image animée en France, compte tenu de certaines particularités de la réalité québécoise, comportant deux volets d'appuis: (1) les appuis aux projets à portée définie, et (2) les appuis aux projets à portée indéfinie.

Recommandation 5:

Nous recommandons que la SODEC garde les appuis financiers aux créateurs socationumériques sous un plafond maximal qui n'intéressait pas les productions professionnelles afin d'assurer que les programmes d'appuis aux créateurs socationumériques n'attirent pas l'intérêt d'autres types de création numérique et ne fassent pas interférence au développement de programmes d'appui dédiés à la création numérique institutionnelle.