

Le 31 octobre 2025

Commission de la culture et de l'éducation  
Édifice Pamphile-Le May  
1035, rue des Parlementaires, 3e étage  
Québec (Québec) G1A 1A3  
[cce@assnat.qc.ca](mailto:cce@assnat.qc.ca)

**PAR COURRIEL**

**Objet : Consultations particulières et auditions publiques sur le projet de loi n° 109**

Mesdames et Messieurs les députés,

Je vous écris concernant le projet de loi n° 109 (PL-109) sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique présentement à l'étude en commission parlementaire.

En tant que média public national, la découvrabilité des contenus culturels originaux de langue française et leur accès dans l'environnement numérique est un enjeu qui est au cœur de nos préoccupations et de nos stratégies. Nous partageons donc plusieurs des intentions portées par le PL-109.

Comme vous le savez, Radio-Canada est régie par le cadre législatif et réglementaire du gouvernement fédéral et ne peut s'en soustraire. Ceci dit, nous demeurons guidés par la conviction qu'une approche de collaboration et de bénéfice mutuel entre les joueurs, de même qu'entre les divers paliers gouvernementaux, doit être priorisée afin que personne ne soit éventuellement pénalisé.

Dans ce contexte, nous trouvons intéressant et pertinent de vous faire part de nos propres expériences de découvrabilité et de vous transmettre quelques réflexions en lien avec le PL-109.

### **Radio-Canada et le fait français**

Seul média de langue française ancré dans toutes les provinces et territoires, Radio-Canada joue un rôle central pour renforcer la culture, la langue et l'identité francophone au pays. Ce rôle devient crucial face à la fragilisation de la langue et de la culture francophone.

.../2

Il se déploie de différentes façons:

- contribuer à l'essor et la visibilité des créateurs, artistes et artisans francophones ici et dans la grande Francophonie internationale;
- aider les francophones à comprendre le monde qui les entoure en leur offrant, dans leur langue, des nouvelles et des contenus d'affaires publiques vérifiés et fiables, avec exactitude, impartialité, intégrité et en toute indépendance;
- être un espace de partage d'une identité commune et de transmission de la culture francophone;
- agir comme un contrepoids face aux plateformes internationales.

La montée en popularité des plateformes numériques mondiales contribue aujourd'hui à l'effritement de notre identité culturelle et linguistique. Face à cette tendance de fond, rehausser l'accès et la découvrabilité des productions audio et vidéo de langue française est désormais incontournable. Cela se traduit concrètement dans nos approches et nos choix stratégiques.

La stratégie 2025-2030, *Radio-Canada, ici pour vous*, dévoilée publiquement le 28 octobre dernier, reconnaît la fragilisation de la culture et de la langue française en Amérique du Nord. Comme elle le fait depuis sa création en 1936, Radio-Canada est pleinement engagée à soutenir et promouvoir les contenus, la culture et les artistes francophones partout au pays. Nous visons également à favoriser le dialogue, renforcer la vie démocratique et valoriser les échanges culturels qui renforcent la cohésion sociale.

Nous croyons qu'offrir des destinations numériques en langue française pertinentes, identifiables et rassembleuses, avec une offre de contenu sélectionnée et programmée par des professionnels d'ici, contribue à favoriser la découvrabilité. Nos deux plateformes phares que sont ICI TOU.TV pour les contenus vidéo et Radio-Canada OHdio pour la radio, la balado et les livres audio, sont des destinations de choix pour découvrir les contenus et les créateurs francophones. Elles comportent chacune un volume important de contenus originaux de langue française produits ici qui sont mis en valeur de façon proéminente sur les applications et leur version web. Elles sont soutenues par d'importantes campagnes de promotion qui, toutefois, doivent se démarquer face à celles des géants numériques qui disposent d'immenses budgets marketing, mais où les contenus francophones demeurent dilués.

Nous croyons aussi qu'il faut continuer d'encourager la diversité des genres et des créateurs afin de créer des environnements numériques attrayants, qui ressemblent davantage à la société d'aujourd'hui. Il sera plus facile de rejoindre un plus large éventail de la population si les groupes qui se reconnaissent moins aujourd'hui dans notre écosystème retrouvent des contenus dans lesquels ils se reconnaissent.

Enfin, nous sommes heureux de pouvoir contribuer à TV5MondePlus, avec d'autres médias publics d'ici dont Télé-Québec. Cette plateforme numérique, où plus du quart des contenus sont québécois et canadiens, est un extraordinaire tremplin pour faire découvrir les productions d'ici au sein de la grande francophonie internationale.

### **L'importance de la programmation jeunesse**

Avec la disparition encore récente des chaînes Yoopa et Vrak et la fragilisation des chaînes jeunesse dans le groupe Corus, ICI TÉLÉ demeure une des seules chaînes généralistes au Québec, avec Télé-Québec, à proposer des émissions jeunesse dans sa grille. Bien qu'elle ne soit pas à vocation éducative comme d'autres médias publics au pays, Radio-Canada croit toujours en l'importance d'offrir une programmation jeunesse.

Dans notre stratégie 2025-2030, nous réitérons notre engagement envers les enfants et les jeunes afin de contribuer à créer, dès le plus jeune âge, une relation qui grandira au fil du temps entre le jeune public, les histoires, les artistes et les créateurs d'ici. Notre plus grand défi réside dans l'indéniable attrait de la jeune génération pour le numérique et les plateformes mondiales.

C'est dans cet esprit que nous avons lancé, le 27 octobre dernier, deux nouvelles chaînes numériques dédiées à la jeunesse. Spécialement conçues pour simplifier la vie des parents, divertir et accompagner les enfants, ces chaînes sont offertes gratuitement dans la section jeunesse d'ICI TOU.TV. Une de ces chaînes est dédiée à 100 % à l'univers éclaté des personnages de *L'Agent Jean*, créés par l'auteur de bandes dessinées québécois Alex A. L'animation principale de la série a été réalisée à Québec et la majorité des ressources du studio qui en assure la production se situaient dans cette région, en plus de quelques personnes basées à Gatineau et Rimouski.

Ces deux nouvelles chaînes s'inscrivent dans nos efforts pour attirer le jeune public avec des produits qui répondent à leurs intérêts et leurs besoins dans un univers où ils pourront ensuite découvrir d'autres productions d'ici. Elles s'ajoutent à une offre jeunesse étoffée sur nos différentes plateformes, incluant des balados et des livres audio sur Radio-Canada OHdio et la Zone jeunesse de Radio-Canada, qui regroupe des séries et des jeux.

Par ailleurs, nous continuons de travailler en partenariat avec Télé-Québec en jeunesse. Nous avons d'ailleurs lancé cet automne *Les Millimus*, une production québécoise en prise de vues réelles diffusée sur nos plateformes respectives.

### **Renforcer les liens avec les marques et les plateformes d'ici**

Nous notons que le PL-109 propose la création du Fonds de développement culturel du Québec, qui vise entre autres à appuyer des mesures soutenant la découvrabilité des contenus culturels originaux de langue française.

Comme nous l'avons souligné dans notre mémoire au Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec (GTAAQ) en novembre 2024, nous croyons qu'au-delà des mesures et stratégies de découvrabilité, il est nécessaire de renforcer les liens avec les marques et les plateformes d'ici.

Une des approches est d'aller à la rencontre du public. Voici quelques exemples que nous avons présentés aux membres du GTAAQ. Lors du lancement de la série *Lakay Nou*, nous avons eu beaucoup de succès en organisant des rencontres entre le public et les créateurs et comédiens de la série.

En plus de la fierté de la communauté haïtienne de voir à l'écran une comédie à son image, nous avons donné l'occasion à de nombreuses personnes de pouvoir échanger avec les artisans et d'entendre le parcours qui a mené à la création de la série.

Dans un autre domaine, nous avons organisé l'an dernier *En bref avec l'info* qui a réuni à Montréal plus de 200 jeunes intéressés par les élections américaines. En compagnie de l'équipe de Rad, notre laboratoire de journalisme, les jeunes ont pu échanger sur les enjeux de cette élection et sur la mécanique électorale complexe de nos voisins du Sud.

Ce ne sont que deux exemples des expériences que nous organisons chaque année avec le public. Nous sommes convaincus que ces contacts directs entre les citoyens et les artisans contribuent à renforcer la confiance du public envers les médias et l'attachement du public envers nos contenus et nos marques. C'est pourquoi nous croyons que les stratégies de découvrabilité devraient inclure ces expériences de marque qui sont porteuses pour notre avenir.

Comme vous pouvez le voir, nous avons fait de la découvrabilité un des éléments importants de notre stratégie.

En espérant que ces exemples et ces réflexions seront utiles dans vos travaux, je vous prie d'accepter, Mesdames et Messieurs les députés, l'expression de mes salutations les plus cordiales,

Dany Meloul  
Vice-présidente principale  
Radio-Canada