

La culture numérique absente des enjeux électoraux

COMMUNIQUÉ – (Montréal, le 24 novembre 2008) Tous s’entendent pour dire que la culture est de plus en plus numérique et interactive. Pourtant dans le cadre de la présente campagne électorale provinciale, aucun des partis n’a abordé cette question de front.

Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) croit pour sa part qu’il s’agit là d’un enjeu de taille. Il y a, au premier chef, toute la question de l’accès à des réseaux haute vitesse, pour l’ensemble des citoyens du Québec. En 2008, cela devrait être un service d’utilité publique de base, au même titre que le téléphone et l’électricité.

Le RPM déplore par ailleurs que pour les mesures en culture annoncées par les partis en présence, aucune de celles-ci ne concerne la production de contenus culturels numériques et interactifs. « Aller sur Internet pour écouter de la musique, regarder des vidéos et des émissions de télévision ou interagir avec une communauté fait maintenant partie du lot quotidien de plusieurs citoyens, les plus jeunes en particulier. Le gouvernement du Québec se doit d’agir de façon proactive en matière de contenus numériques et interactifs, comme il le fait depuis des lustres dans les autres secteurs culturels, » d’affirmer Marc Beudet, président du RPM.

Au-delà d’un plan numérique dont devrait se doter le Québec, pour être en mesure notamment de rejoindre le peloton de tête au chapitre de la connectivité et du commerce électronique, le RPM croit que le Québec doit s’assurer également que les Québécois et Québécoises aient accès à des contenus qui les interpellent sur les nouveaux médias et les nouvelles plateformes. « C’est d’autant plus important, d’ajouter Marc Beudet, dans un climat d’incertitude créé par le gouvernement fédéral quant à l’avenir du Fonds des nouveaux médias du Canada, géré par Téléfilm. Nous pensons qu’il y a là une belle occasion pour Québec de prendre une place stratégique avec une politique claire en matière de production et diffusion de contenus numériques et interactifs. »

Le [Regroupement des producteurs multimédia](#) (RPM), créé en 2000, représente plus de soixante-dix producteurs actifs en production de contenu de commande, de convergence ou original sur les nouvelles plateformes. Le RPM vise notamment à créer un climat propice au développement et à la croissance de la production multimédia au Québec. En ce sens, le RPM fait des représentations actives auprès des gouvernements, gère des ententes collectives avec les syndicats d’artistes et participe à la réalisation d’études sur les réalités économiques et d’affaires du secteur.

- 30 -

Pour information :
Gilbert Ouellette, (514) 813-3586 – go@radarmedias.com