

Culture, commerce et numérique

Taxer le commerce électronique transfrontalier et faire contribuer les GAFA à la création et à la production culturelle locale : une équation complexe ?

Volume 12, numéro 7, septembre 2017

Résumé analytique

Dans ce numéro de septembre, notre bulletin explore les relations complexes entre fiscalité et commerce électronique, en proposant une analyse qui met en perspective la possibilité de taxer les achats et ventes en ligne de biens et services culturels sur des plateformes comme Netflix et Amazon, à des fins de financement de la création et de la production culturelle locale. Le numéro relaie également le « Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère numérique », un document qui a mobilisé près de 40 groupes signataires, représentant différents secteurs des industries de la culture, des médias et du contenu au Québec et au Canada et dont la publication intervient dans un contexte où le gouvernement fédéral prépare une réforme de ses lois et politiques en matière de culture et de communications – ainsi qu'un réexamen de la *Loi sur le droit d'auteur* – et où le gouvernement du Québec revoie sa politique culturelle et sa stratégie numérique. En outre, nous annonçons dans ce numéro la tenue de la première édition du Forum sur la Gouvernance de l'Internet au Québec, un événement majeur qui a rassemblé l'écosystème francophone des acteurs de l'économie numérique pour dresser un état des lieux des enjeux et défis actuels liés à la gestion équitable, neutre et décentralisée des ressources critiques de l'Internet ainsi qu'à la régulation des nouvelles plateformes et des multinationales du Web.

Bonne lecture.

Table des matières

Taxer le commerce électronique transfrontalier et faire contribuer les GAFA à la création et la production culturelle locale : une équation complexe ? 2

Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère du numérique.....6

Les enjeux et défis actuels pour la gouvernance de l'Internet : un premier forum pour dresser un état des lieux au Québec.....9

Taxer le commerce électronique transfrontalier et faire contribuer les GAFA à la création et la production culturelle locale : une équation complexe ?

À l'occasion d'une récente conférence de presse annonçant la création à Montréal d'un comité consultatif sur le cinéma et la production télévisuelle, Denis Coderre, le maire de Montréal, a plaidé pour que Netflix et Amazon «soient taxés adéquatement». En effet, malgré que les retombées économiques liées à la production de films et d'émissions de télévision dans la ville de Montréal aient doublé dans l'intervalle de cinq années (atteignant 400 millions de dollars cette année), il y a un bouleversement majeur qui s'annonce dans le secteur des industries culturelles et qui se manifeste déjà par le fait que les téléspectateurs canadiens sont de plus en plus nombreux à se tourner vers Internet et les plateformes étrangères comme Netflix et Amazon pour accéder aux œuvres télévisuelles et cinématographiques.

Le défi posé par ces plateformes américaines en est donc un relatif à l'asymétrie fiscale par rapport à l'application de la réglementation en matière de radiodiffusion aux acteurs nationaux traditionnels. Le problème qui se pointe à l'horizon est que les plateformes (OTT), considérées comme des radiodiffuseurs numériques, offrent par contournement des services de distribution/diffusion de contenus pour lesquels ils ne payent pas de taxes. Ils ne contribuent donc pas au Fonds des médias du Canada (FMC) qui finance et soutient les productions canadiennes. Si les consommateurs continuent de se désabonner des services proposés par les câblodistributeurs traditionnels et les fournisseurs de contenus par satellite pour accéder plutôt à des services de télé et de vidéo à la demande en ligne, alors la principale source de financement des productions locales/nationales, qui dépend des pourcentages des revenus de télédistribution reversés dans le FMC, risque de diminuer drastiquement. Selon Pierre Roy, le président du nouveau comité consultatif en matière de cinéma et de production télévisuelle, la situation pourrait devenir très préoccupante pour le financement du contenu local à court ou moyen terme. « *Se désabonner, ou choisir les chaînes que vous voulez, c'est très bon pour le consommateur. Mais il y a des effets pervers à ce fonctionnement-là qui ont des impacts sur le financement des productions télévisuelles canadiennes* », explique-t-il.

Au-delà du secteur des industries culturelles, il faut reconnaître que l'Internet a changé les règles de la concurrence internationale puisque grâce aux transactions électroniques, le commerce transfrontalier s'affranchit non seulement de nombreuses barrières physiques, mais aussi de certaines contraintes fiscales, notamment pour les entreprises n'ayant pas une présence ou une installation physique dans les pays où ils fournissent leurs services en ligne. Cette situation crée une sorte de désavantage indu puisque les commerçants québécois se trouvent désavantagés par rapport aux commerçants internationaux qui n'ont pas à facturer les taxes et peuvent afficher de meilleurs prix. Dans le même temps, on note que les détaillants et les fournisseurs québécois sont encore peu présents sur le marché du e-commerce, celui-ci étant encore majoritairement contrôlé par de grands groupes étrangers. Comme le rappelle par exemple le CEFRIO, sur les 6,6 milliards de dollars générés par les achats en ligne en 2015, seul 1,7 milliard provenait de sites québécois. Les sites québécois revendent notamment 26 % des achats en ligne des Québécois en voyages-transport, contre 35 % pour les sites américains. Cette part atteint respectivement

31 % et 54 % pour les achats de livres-revues-journaux, 22 % et 52 % respectivement pour les articles de mode, 14 % et 62 % respectivement pour la décoration, 9 % et 79 % pour la musique, les films et les vidéos, ainsi que 2 % et 71 % pour l'électronique.

Sur la base de ces constats, une [étude publiée récemment par l'Institut du Québec](#) (IQ) analyse comment le commerce électronique pourrait mieux profiter à l'économie québécoise si des mesures fiscales adéquates étaient en vigueur. En effet, la situation actuelle au Canada et au Québec est telle que les biens et services achetés en ligne qui devraient être taxables ne le sont pas car rien n'oblige les entreprises étrangères à percevoir une taxe. Le paiement des taxes sur les biens et services achetés en ligne chez un fournisseur sans présence physique au Québec incombe donc aux consommateurs. Revenu Québec compte ainsi sur le fait que les citoyens peuvent, par eux-mêmes, remplir un formulaire pour déclarer leur achats en ligne et payer les taxes sur ceux-ci. Or, en réalité, rares sont ceux qui remplissent volontairement cette obligation. Compte tenu de la popularité croissante des achats en ligne et de la non-imposition d'une taxe de vente sur le commerce électronique, l'institut du Québec estime que l'énorme manque à gagner (en termes de pertes fiscales) pour l'État québécois pourrait être chiffré entre 250 et 400 millions de dollars par an. Dans une autre [note de recherche](#), la professeure Marwah Rizqy de la Chaire de recherche en fiscalité et en finances publiques, qui étudie depuis des années cet enjeu, souligne que le Canada et le Québec pourraient tirer des leçons de l'expérience australienne. En Australie, la nouvelle taxe qui vient d'être adoptée sur les produits « intangibles » – les services de diffusion en continu, de téléchargement de films, musique ou autres services numériques – contraint les entreprises dans ce domaine à percevoir et remettre une taxe de 10 % sur la base des achats des consommateurs australiens. Avec les revenus générés par ces taxes sur le commerce électronique, le gouvernement australien estime qu'il récupérera d'ici 2023 près de 260 millions de dollars australiens (plus de 258 millions de dollars canadiens). Selon les calculs de la Chaire de recherche en fiscalité et en finances publiques, si une telle mesure était appliquée au service de vidéo en ligne Netflix, seulement au Québec, cela permettrait au gouvernement québécois d'encaisser annuellement près de 12 millions de dollars du million d'abonnés québécois à Netflix. En dehors de l'Australie, de nombreux gouvernements passent à la vitesse supérieure afin de prendre des dispositions législatives plus contraignantes pour la fiscalité des entreprises numériques. En Europe, par exemple, les ministres des Finances de la France, de l'Allemagne, de l'Italie et de l'Espagne ont adopté une position commune en signant, il y a quelques jours seulement, une proposition visant à mieux taxer les GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon), qui sont régulièrement accusés de faire de l'optimisation fiscale en Europe (plus précisément en Irlande) grâce à des montages financiers qui minimisent leurs impôts. Cette initiative commune, parallèle aux travaux européens en cours sur une harmonisation de la fiscalité européenne des grandes entreprises, vise à mettre la pression sur la Commission européenne afin qu'elle explore les options compatibles avec le droit européen afin de mettre en place une taxe appliquée sur le chiffre d'affaires généré dans chaque pays européen par les groupes du numérique¹.

En effet, le véritable enjeu, surtout dans le secteur des industries culturelles au Québec, consisterait à rétablir une équité fiscale, puisque le fait de taxer le commerce électronique

¹ Actuellement, c'est le bénéfice qui sert de référence à l'impôt sur les sociétés payé par les entreprises, et chaque pays applique ses propres taux d'imposition et sa propre assiette servant de base au calcul. Avec un taux d'imposition autour de 12,5%, l'un des plus bas d'Europe, l'Irlande accueille ainsi un grand nombre de filiales de ces groupes.

permettrait de s'assurer que les règles fiscales s'appliquent équitablement à toutes les entreprises numériques qui font affaire en ligne avec les Québécois et Canadiens, sans nécessairement chercher à imposer une nouvelle taxe comme le réclament certains. Ainsi, sur la base d'une [étude](#) récente, l'Institut C.D. Howe incite le gouvernement canadien à modifier sa politique fiscale afin de mettre fin à l'avantage dont bénéficient des entreprises étrangères qui font des affaires au Canada sans exiger de leurs clients qu'ils paient les taxes de vente. Selon Rosalie Wyonch, l'auteure de l'étude, « la politique de taxation du Canada n'a pas été pensée pour les importations qui ne traversent pas physiquement la frontière ou pour les entreprises qui peuvent avoir une part de marché importante au Canada sans y avoir de bureau ». Cependant l'étude de l'institut C.D. Howe démontre bien que le problème n'est pas inattaquable, notamment si Ottawa s'appuie sur les principes énoncés par l'OCDE en matière de détermination du lieu de taxation pour les services et produits intangibles, tout en s'inspirant de la manière dont la question a été traitée par l'Union européenne, le Japon, la Norvège, l'Australie ou encore le Japon. Par ailleurs, il faudrait aussi tenir compte du fait que certaines entreprises comme Airbnb et Uber, ont montré qu'elles étaient prêtes à collaborer. Amazon Canada, la plateforme qui concentre à elle seule 95% des achats en ligne effectués par les consommateurs canadiens, se défend que contrairement à ce que certains avancent, elle perçoit bien les taxes de vente fédérales et provinciales sur les achats faits en ligne par les Canadiens sur le site Amazon.ca. Toujours est-il que pour contourner ces taxes, certains consommateurs canadiens font plutôt leurs achats à partir de la plateforme Amazon.com. Bien que cela les oblige à payer des frais supplémentaires pour couvrir le transport et l'importation des produits, on ignore si ces frais sont dissuasifs ou à la hauteur des taxes perçues sur les achats via Amazon.ca.

Au-delà de la question fiscale, il y a actuellement un fort consensus et une mobilisation sans précédent des milieux culturels (les artistes, les créateurs, les producteurs, les éditeurs, les diffuseurs, les propriétaires de maisons de disques, les cinéastes, les artisans de la culture) au Québec et dans l'ensemble du Canada pour souligner la nécessité d'obliger les acteurs de l'économie numérique à contribuer au financement de la création et de la production et à améliorer la diversité des expressions culturelles sur leurs plateformes et réseaux en favorisant la découvrabilité, la promotion et la consommation des produits culturels locaux. Là où l'équation se complique, c'est au niveau de l'articulation et de la cohérence des visions et des politiques publiques en matière de culture et de numérique entre les paliers gouvernementaux provincial et fédéral. En effet, le gouvernement fédéral exclut la possibilité d'imposer une taxe « Netflix » qui consisterait par exemple à prélever 5 % sur les services numériques offerts au pays. À quelques jours de l'annonce par la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, des orientations de la nouvelle politique culturelle canadienne sur le contenu canadien dans un monde numérique, une source proche du gouvernement a déclaré ceci au quotidien *Le Devoir* : « *On ne veut pas laisser de porte ouverte là où elle est fermée : il n'y aura pas de taxe sur les Netflix de ce monde* ». Réagissant à cette déclaration, le gouvernement du Québec, par l'intermédiaire de son Ministre de la culture et des Communications (Luc Fortin), considère qu'Ottawa devrait revoir sa position et ne pas envoyer « un bien mauvais signal » aux nombreux intervenants du milieu culturel québécois.

Par ailleurs, dans un contexte de renégociation de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), où nombre d'observateurs craignent que dans les pourparlers des prochains mois la partie américaine pourrait vouloir remettre en cause l'exception culturelle au

secteur du commerce électronique, tout le défi pour les négociateurs québécois et canadiens est de pouvoir tenir une position offensive sur la protection et la promotion (mise en avant, découvrabilité, exportation et rayonnement) du contenu canadien dans un environnement numérique en pleine transformation et sous l'emprise des plateformes américaines (avec leurs tout-puissants algorithmes), lesquelles ne sont soumises à aucune véritable régulation contraignante en matière de diffusion culturelle numérique.

La stratégie de la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, consistant à engager un dialogue direct avec les plateformes de la Silicon Valley afin de les responsabiliser en nouant des « ententes bilatérales » (au cas par cas) pour qu'elles investissent dans le contenu canadien, peut-elle s'avérer une stratégie payante et efficace à court ou moyen terme ? La réponse pourrait être oui, mais à condition que les clauses de ces ententes puissent inclure une certaine obligation incitative pour ces plateformes (Google, Twitter, Amazon, Facebook, Netflix et Spotify notamment) de se conformer à de nouvelles règles en matière d'équité fiscale et de symétrie réglementaire ou en termes de contribution financière (sur une base contraignante et non volontaire). En effet, considérant le rapport de force déséquilibré entre les États et les géants du Web (souvent à l'avantage de ces derniers), ce serait tomber dans une certaine naïveté si les autorités politiques canadiennes misaient uniquement sur la « diplomatie » et la concertation pour convaincre ces plateformes de laisser de côté leurs calculs économiques pour devenir des alliés du rayonnement de la culture québécoise et canadienne.

Au final, l'équation n'est pas aussi complexe à résoudre qu'elle n'y paraît. Dans l'immédiat, il importe de maintenir une vigilance pour que les choix politiques qui seront faits et les mesures qui seront prises soient beaucoup plus justes et équitables pour garantir le maintien de l'équilibre de l'écosystème culturel à l'ère du numérique. En effet, les gouvernements ne peuvent continuer à offrir de généreux crédits d'impôts aux plateformes étrangères, à les exonérer de toute contribution obligatoire (malgré les recettes liées à la croissance des abonnements et à l'utilisation de leurs services ainsi que leurs revenus publicitaires non imposés), à laisser leurs algorithmes déterminer les contenus à mettre en avant (sans aucun quota minimum de diffusion et de promotion de contenus originaux, notamment francophones) et de demander dans le même temps aux entreprises culturelles locales, aux diffuseurs et aux cablo-distributeurs traditionnels de payer des taxes, d'alimenter les fonds d'aide à la production culturelle et médiatique, d'investir dans la production et l'exportation de contenus créatifs et originaux de qualité, et d'inventer de nouveaux modèles d'affaires pour s'adapter ou survivre dans ce nouveau « *Far West* » numérique.

SOURCES : https://www.cdhowe.org/sites/default/files/attachments/research_papers/mixed/Commentary_487.pdf
https://cftp.recherche.usherbrooke.ca/wp-content/uploads/R2017-03_Le-commerce-électronique-lAustralie-sadapte-à-la-nouvelle-réalité.pdf
http://www.institutduquebec.ca/docs/default-source/recherche/9051_retablir-equite-fiscale_idq_br.pdf?sfvrsn=2
<http://www.ledevoir.com/economie/finances-personnelles/505578/vos-finances-taxer-le-commerce-electronique-pas-si-simple>
<http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/508292/la-taxe-de-la-desinformation>
<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1048017/commerce-en-ligne-perte-taxes-gouvernements-universite-sherbrooke-etude-marwah-rizqy>
<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1053347/netflix-amazon-taxe-montreal-coderre-production-television-cinema-tournage-alena-fonds-canada-media-cablodistribution-internet>
<http://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1056755/industries-culturelles-gouvernement-trudeau-melanie-joly-netflix-amazon-spotify-facebook-google>
http://plus.lapresse.ca/screens/f436ff07-69ca-4f87-84db-570d32372697%7C_0.html

Manifeste pour la pérennité et le rayonnement de la culture et des médias nationaux à l'ère numérique

Une coalition sans précédent lance un appel urgent aux gouvernements afin qu'ils interviennent sans tarder pour solidifier les assises de l'écosystème culturel et médiatique. Ce Manifeste intitulé « Continuité – Équité – Soutien » a été signé par une quarantaine d'organismes, de syndicats et de groupes, représentant les différents secteurs des industries culturelles et médiatiques du Québec et du Canada (voir la liste des signataires à la fin). Le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) a participé au comité de rédaction du document dont voici la version finale, telle que rendue publique le jeudi 14 septembre 2017. La publication de ce Manifeste intervient dans un contexte où les différentes industries de la culture, des médias et du contenu au Québec et au Canada se trouvent menacées par des changements technologiques profonds, aggravés par une concurrence internationale inéquitable liée à l'apparition de nouveaux acteurs.

Des organisations, des experts et des citoyens lancent un appel pressant aux gouvernements du Québec et du Canada afin qu'ils mettent en place les conditions qui permettront à l'industrie culturelle et médiatique de retrouver une stabilité dans le contexte actuel de transformation.

Le milieu de la culture et des communications vit des bouleversements successifs depuis plus de 20 ans. La dématérialisation du contenu, l'arrivée d'Internet et du commerce électronique ainsi que les changements dans les habitudes de consommation des citoyens ont profondément déséquilibré l'écosystème culturel et médiatique. Un déséquilibre qui s'est accentué ces dernières années en raison de la concurrence inéquitable engendrée par l'inaction de nos décideurs face à l'émergence de géants sur Internet.

D'une part, des multinationales (Google, Apple, Facebook, Amazon, Netflix, Spotify, etc.) offrent des services permettant d'accéder à une multitude de contenus, mais sans être soumises aux mêmes règles que les entreprises québécoises et canadiennes en matière de fiscalité, de taxation et de réglementation. D'autre part, des fournisseurs d'accès Internet (FAI) et des fabricants d'appareils électroniques donnent accès à la musique, aux productions audiovisuelles et aux livres numériques, sans contribuer à financer la création dont ils tirent profit.

La popularité de ces appareils et services a modifié le partage des revenus générés par nos contenus culturels et d'information. Ce ne sont plus majoritairement les créateurs, producteurs, éditeurs et diffuseurs qui récoltent les gains liés aux productions dans lesquelles ils ont investi, mais de nouveaux intermédiaires de l'ère numérique qui n'ont aucune obligation par rapport au financement du contenu et à sa diffusion. Face à ce constat et après des années de laisser-faire des gouvernements, il est temps d'agir pour permettre aux entreprises culturelles et médiatiques de retrouver la stabilité essentielle à leur succès.

Ces organisations représentent plusieurs dizaines de milliers d'artistes et artisans (acteurs, auteurs, techniciens, journalistes, libraires, musiciens, documentaristes, réalisateurs, etc.), éditeurs, sociétés de gestion de droits, producteurs et citoyens préoccupés par l'avenir de l'industrie de la culture et des communications au Québec et au Canada. Ceux-ci s'unissent pour demander, d'une seule voix, que nos gouvernements interviennent sans tarder afin de solidifier les assises de notre écosystème culturel et médiatique, qui génère – faut-il le rappeler – 3,3 % du PIB du Canada et 4,4 % de celui du Québec.

Au moment où le gouvernement fédéral prépare une réforme de ses lois et politiques en matière de culture et de communications – ainsi qu’un réexamen de la *Loi sur le droit d’auteur* – et où le gouvernement du Québec revoie sa politique culturelle et sa stratégie numérique, ils réclament que les décideurs prennent leurs responsabilités afin de les doter des outils nécessaires au rayonnement de notre culture et de nos médias à l’ère numérique, et ce, à une période charnière. Les décisions qui seront prises dans les prochaines semaines et les prochains mois revêtent une importance capitale. Pour réellement soutenir et assurer la pérennité de l’industrie culturelle et médiatique, les gouvernements doivent faire preuve d’audace, mais également de prudence, car il faut en quelque sorte rénover les fondations de la maison, tout en préservant ce qui a été construit. Pour y parvenir, les dirigeants doivent mettre de l’avant les trois principes suivants :

Continuité

D’abord, les gouvernements doivent agir dans la continuité. L’adaptation à l’environnement numérique actuel ne doit pas être un prétexte pour mettre de côté la philosophie d’intervention qui a permis le développement de notre culture et de nos médias. Les mesures réglementaires existantes doivent donc être revues pour encourager non seulement la création, mais également la diffusion et la découvrabilité de contenus qui nous ressemblent, la diversité des expressions culturelles et de l’information, ainsi que la vitalité de la langue française. La réglementation doit aussi être étendue à toutes les entreprises offrant des produits culturels ou d’information au Canada grâce à Internet. Il faut éviter de céder à la tentation de déréglementer : notre identité nationale et notre souveraineté culturelle en dépendent.

Équité

Les gouvernements doivent également mettre à jour les lois et politiques en vigueur pour que les entreprises canadiennes et étrangères soient traitées équitablement en matière de fiscalité, de taxation et de réglementation, dès lors qu’elles transigent avec des consommateurs québécois et canadiens. Qu’il s’agisse de services en ligne ou de médias traditionnels (radio, télévision, journaux), toutes les entreprises devraient payer leur juste part de taxes de vente et d’impôts, en plus de se soumettre à la réglementation – tant en matière de financement que de mise en valeur des contenus canadiens. Cette symétrie des obligations est cruciale dans le contexte actuel de prolifération de nouveaux services et plateformes numériques.

Soutien

Enfin, les mesures mises en place par les gouvernements doivent être adaptées pour maintenir un écosystème de la culture et des communications fort, capable de développer nos talents et notre contenu dans un contexte de concurrence mondiale. Il est illusoire de penser que les centaines de milliers d’emplois générés par les entreprises culturelles et médiatiques au Canada puissent reposer uniquement sur l’exportation et les coproductions. Il faut mettre à profit tous les leviers disponibles – législatifs, réglementaires, fiscaux et financiers – pour assurer la vitalité de notre industrie, d’abord sur la scène nationale, puis à l’international.

Une richesse collective à préserver

Pour conclure, il faut que la culture et les médias québécois et canadiens traversent avec succès la période de transformation en cours et continuent encore longtemps à nous enrichir collectivement, tant du point de vue artistique que sur le plan économique.

Les contenus produits ici, qu'ils divertissent, émeuvent, informent ou passionnent, sont grandement appréciés du public. Peu importe la technologie employée pour les diffuser, ils contribuent à notre identité et constituent également un important facteur d'intégration et de cohésion sociale.

Il est primordial que nos gouvernements reconnaissent que la production culturelle et d'information est une richesse collective. Ce n'est pas une marchandise comme les autres. Il faut la protéger, encourager son développement et favoriser son accessibilité afin qu'elle puisse rayonner dans le nouvel environnement numérique.

Québec et Ottawa doivent agir sans plus attendre – dans la continuité, l'équité et le soutien – pour aider l'industrie à surmonter les difficultés actuelles et faire en sorte que les générations futures puissent toujours regarder, écouter et lire des contenus qui soient le reflet de la diversité de nos communautés.

Liste des premiers signataires :



Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) ; Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) ; ARTISTI ; Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) ; Association des propriétaires de cinémas du Québec (APCQ) ; Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ) ; Association nationale des éditeurs de livres (ANEL) ; Association québécoise de la production médiatique (AQPM) ; Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) ; Conseil québécois des arts médiatiques (CQAM) ; Association québécoise des cinémas d'art et d'essai (AQCAE) ; Destiny Tchéhouali, Directeur de l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (ORISON) – UQAM ; DOC Canada, incluant sa division du Québec ; Fédération culturelle canadienne française (FCCF) ; Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ) ; Front des réalisateurs indépendants du Canada (FRIC) ; Forum for Research and Policy in Communications (FRPC) ; Guilde canadienne des réalisateurs (GCR) / Directors Guild of Canada (DGC) ; Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) ; Les Amis de la radiodiffusion canadienne / Friends of Canadian Broadcasting ; L'Observatoire du documentaire ; Michèle Rioux, Directrice du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) ; On Screen Manitoba ; Performers' Rights Society (PRS) ; Québec Cinéma ; Quebec English-language Production Council (QEPC) ; Regroupement des artisans de la musique (RAM) ; SOCAN ; Société de gestion collective des droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes du Québec (SOPROQ) ; Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) ; Société du droit de reproduction des auteurs compositeurs et éditeurs au Canada (SODRAC) ; Société Internet du Québec / Internet Society Québec (ISOC – Québec) ; Société professionnelle des auteurs et compositeurs du Québec (SPACQ) ; Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP) et son Conseil provincial du secteur des communications (CPSC) ; Syndicat des employées et employés professionnels-les et de bureau (SEPB) ; Table de concertation de l'industrie du cinéma et de la télévision de la Capitale-Nationale ; Unifor-Québec ; Union des artistes (UDA)

Site du Manifeste :

<http://www.manifestepourlaculture.info>

Les enjeux et défis actuels en matière de gouvernance d'Internet et de régulation des acteurs du numérique : un premier forum pour dresser un état des lieux au Québec

Le 19 septembre, à la Société des Arts Technologiques de Montréal ([SAT](#)), s'est tenu la 1^{ère} édition du Forum sur la Gouvernance de l'Internet au Québec (FGI Québec) sur le thème «*Pour une société québécoise numérique et interconnectée : défis, réalités et futurs possibles*». Cet événement, qui est intervenu dans le cadre des célébrations du 25^{ème} anniversaire de [l'Internet Society](#), a été organisé par la Société Internet du Québec ([ISOC Québec](#)), en collaboration avec le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation ([CEIM](#)) de l'[UQAM](#).

Créer un écosystème local, francophone et multi-acteurs de dialogue en matière de gouvernance de l'Internet

Ce forum a mobilisé pour sa 1^{ère} édition près de 80 experts et acteurs (représentants du gouvernement, du monde académique, du secteur privé, de la société civile et de la communauté technique, citoyens et utilisateurs finaux) afin de dresser un premier état des lieux des enjeux liés au développement numérique du Québec et de proposer des solutions pour surmonter les défis spécifiques relatifs à la gestion équitable et neutre des ressources critiques de l'Internet ainsi qu'à la régulation des nouvelles plateformes et des multinationales du Web dans un contexte d'élaboration de nouvelles politiques et stratégies gouvernementales en matière de numérique. L'accent a été mis sur le rôle et les responsabilités de chaque groupe de parties prenantes du développement de l'Internet québécois et sur l'importance de la collaboration pour trouver des solutions dans l'intérêt du développement de l'accès et de la diffusion de l'Internet au Québec. En effet, la réflexion sur l'Internet, son impact social, culturel, économique, politique et ses évolutions techniques est l'affaire de tous car tout le monde est « partie prenante ». Le principal problème identifié par les différentes parties prenantes de la gouvernance de l'Internet au Québec est que l'équilibre de l'écosystème Internet est mis à mal puisque cet écosystème se trouve actuellement confronté à un large spectre de défis politiques, économiques et sociétaux reliés à des enjeux de gouvernance et de régulation. Doit-on continuer à soutenir un modèle traditionnel d'autorégulation de l'industrie Internet, quitte à subir les risques et conséquences liés au fait que ce sont les géants du Web qui imposent les règles du marché ? Si non, quelle forme de régulation ou de co-régulation faudrait-il privilégier ? Doit-on avancer dans des cadres nationaux, et essayer après de trouver une corrélation internationale ou bien est-ce qu'on devrait tout de suite chercher à influencer le cadre international pour s'assurer d'avoir une gouvernance de nature décentralisée de l'Internet qui ne repose sur aucune autorité centralisée ?

Les discussions lors de ce Forum ont tenté de répondre à ces questions, en traitant des sujets spécifiques au contexte québécois et canadien, notamment la gouvernance numérique et les données ouvertes, la géopolitique du cyberspace, la connectivité et la fracture numérique, l'innovation sociale et l'inclusion numérique, ainsi que les nouveaux enjeux tels que l'e-commerce, la *Blockchain*, l'Internet des objets et l'intelligence artificielle. Un panel a été spécifiquement consacré à la problématique de la mise en réseaux des cultures et de la découvrabilité des contenus locaux sur les plateformes internationales, avec la participation

d'intervenants tels que : Alain Saulnier (Professeur invité de l'Université de Montréal et Président du Comité numérique de Culture Montréal) ; Danielle Desjardins (Spécialiste médias, culture et numérique) ; Jeanne Dompierre (Rédactrice en chef pour la Fabrique culturelle de Télé-Québec) ; Jean-Robert Bisailon (Fondateur d'Iconoclaste Musique et de MétaD-TGiT) et Nathalie Casemajor (Professeure, Centre Urbanisation, Cultures, Société de l'Institut national de la recherche scientifique).

En attendant que les organisateurs présentent les grandes conclusions et la synthèse détaillée des enseignements de ce forum, les participants sont unanimes sur le fait qu'il a permis d'instaurer une nouvelle dynamique de concertation pour une gouvernance en réseaux qui amènerait les acteurs des domaines des télécommunications, du numérique, de la culture et des médias à sortir de la logique des silos et à adopter une vision holistique et une stratégie commune pour surmonter les défis pouvant compromettre le développement d'une société numérique québécoise plus inclusive et plus équitable et soucieuse de la prise en compte de la diversité des expressions culturelles québécoises et francophones sur Internet.

Lancement de l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la Société numérique (ORISON)

Le Forum sur la Gouvernance de l'Internet a servi d'occasion pour lancer le nouvel Observatoire des Réseaux et interconnexions de la Société numérique ([ORISON](#)). Dirigé par Destiny Tchéhouali, chercheur au CEIM et président de la Société Internet du Québec (ISOC Québec), cet observatoire constitue un nouvel instrument de veille et d'expertise au service de la recherche sur le numérique à l'UQAM. Il vise principalement à étudier en profondeur les transformations numériques de la société québécoise, dans une perspective d'économie politique des réseaux, des plateformes/applications et des usages innovants qui façonnent l'évolution de l'Internet, sa géopolitique et sa gouvernance.

ORISON comprend cinq axes de recherche : Gouvernance internationale d'Internet ; Politiques et stratégies numériques ; Innovation et économie numérique ; Cultures et médias numériques ; Coopération internationale et fractures numériques. L'Observatoire se veut être force de propositions et de recommandations pour comprendre les interactions et la convergence entre les secteurs de l'informatique, des télécommunications, des médias, du commerce et des industries culturelles.

Voir la programmation complète du Forum : <https://isoc.quebec/projets/fgi-quebec/>

Revoir les vidéos et les temps forts de l'événement : <https://www.youtube.com/channel/UCUrr0-VKHIEJ54Ypn5um0Bg>

Direction

Gilbert Gagné,

Chercheur au CEIM
et directeur du Groupe de recherche
sur l'intégration continentale (GRIC).

Rédaction

Destiny Tchéhuali,

Chercheur au CEIM,
et directeur de l'Observatoire des réseaux
et interconnexion de la société numérique (ORISON)
Président de la Société Internet du Québec (ISOC Québec)

Abonnez-vous

[À la liste de diffusion](#) 

[Au fil RSS](#) 

[Lisez toutes les chroniques](#) 



Organisation internationale de la francophonie

Administration et coopération :

19-21 avenue Bosquet
75007 Paris (France)

Téléphone : (33) 1 44 37 33 00
Télécopieur : (33) 1 45 79 14 98
Site web : www.francophonie.org

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

Adresse civique :

UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est
Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560
Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA

Adresse postale :

Université du Québec à Montréal
Case postale 8888, succ. Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3P8 CANADA

Téléphone : 514 987-3000, poste 3910

Télécopieur : 514 987-0397

Courriel : ceim@uqam.ca

Site web : www.ceim.uqam.ca



La Chronique *Culture, commerce et numérique* est réalisée par le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation pour l'Organisation internationale de la Francophonie.

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans ce bulletin demeurent sous l'entière responsabilité du rédacteur ainsi que du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation et n'engagent en rien ni ne reflètent ceux de l'Organisation internationale de la Francophonie.