

Compte-rendu

Forum — Le français dans l'espace numérique : atout ou obstacle?

18 mai 2017 au Centre Phi

125 professionnels et experts de secteurs aussi diversifiés que ceux de la culture, du numérique, des médias, de l'éducation et de l'entrepreneuriat ont participé au forum le 18 mai dernier. **En vrac, voici quelques éléments qui sont ressortis des présentations et des échanges:**

Hugues Sweeney, producteur exécutif, productions interactives, Office national du film du Canada (ONF) : «le numérique doit être reconnu comme une expression à part entière».

Marika Laforest, chargée de projet — Plan culturel numérique du Québec, Culture pour tous: «les influenceurs, leurs réseaux, ce sont les perrons d'église d'autrefois!».

Quelques pistes qui ont émergé du travail en atelier sur les défis rencontrés par des créateurs et producteurs de contenus numériques francophones:

Projet: **Les trois grâces** de JF Malouin. Défi: comment assurer la distribution d'œuvres artistiques de réalité virtuelle? Idées: se faire connaître au fil de partenariats avec des lieux ou des causes; se promener de façon ambulante dans différents événements pour présenter l'œuvre.

Projet: **VICE Québec**. Défi: comment réussir à s'implanter dans le paysage médiatique québécois en français? Idée: les discussions ont permis de constater que VICE était perçu comme une publication « macho » de la part de plusieurs personnes. Nécessité de revisiter la source de leur problème.

Projet: **La Fabrique culturelle**. Défi: comment se tailler une place de premier plan avec des ressources très limitées? Idées : axer davantage sur les efforts de collaboration > devenir plus fort, ensemble. Mettre du contenu directement sur des plateformes comme Facebook. Laurent Rabatel, porteur du projet Robert veut lire, est allé dans le même sens: « Ne luttons pas contre Amazon; allons chez Amazon ».

Projet: **URBANIA**. Défi: comment étendre la marque à la francophonie européenne, et par la suite africaine? Idées: miser sur des partenariats de diffusion. Aussi, ne pas gommer la « québécoisité » pour s'exporter; ça fait partie de la marque, cette localité.

Réalités et atouts des marchés de la Francophonie internationale

« Le français dans l'espace numérique: atout ou obstacle? Je dirais plutôt : une nécessité et une responsabilité. Il faut qu'on **pense francophonie**, aujourd'hui »

– **André D'Orsonnens**, cofondateur, président du conseil et chef de la direction, Druides informatique.

Pascal Nataf, cofondateur de La Guilde des développeurs de jeux vidéo indépendants du Québec : « il y a un peu plus d'ouverture au français dans les nouvelles niches en jeu vidéo – l'éducatif, le social ». Aussi, « la créativité montréalaise devrait être associée à la dualité linguistique de Montréal – nous devrions miser encore davantage sur cette double personnalité pour s'exporter ».

Destiny Tchéhouali, spécialiste des questions de coopération internationale dans le domaine de l'utilisation des TIC: les applications créées en Afrique répondent surtout aux besoins de survivance des populations locales. Elles sont très peu portées vers le culturel ou même le divertissement. Par ailleurs, de grandes entreprises (comme Canal +) s'associent à des initiatives et des entreprises locales pour s'assurer que l'offre proposée collent aux intérêts et aux tendances locales; il s'agit d'une bonne pratique d'adaptabilité culturelle.

Gracia Kasoki Katahwa, présidente, Réseau des entrepreneurs et professionnels africains (REPAF) : « L'Afrique se développe; avec ou sans nous. Si on veut y aller, c'est maintenant, parce que d'autres y sont déjà. Et il y a des organismes et des gens ici pour faciliter ces contacts et développement à l'international, qui peuvent agir comme intermédiaires. Des gens comme le REPAF, LOJIQ et autres, qui ont de bons contacts et des partenaires de confiance déjà sur le terrain ».

Conclusion

Le français est-il un facteur clé de l'identité créative de Montréal? Le numérique peut-il favoriser plus de collaborations et de maillages pour faire rayonner davantage nos projets dans la Francophonie? La réponse est oui. Le français est « une décision à prendre » et il faut se donner l'ambition de rejoindre les réseaux de la francophonie internationale, qui représentent un immense potentiel en termes de développement de marché pour Montréal, comme capitale francophone productrice de contenus culturels. « Les Francophones dans le monde le sont par choix ».

