

Mémoire Consultations prébudgétaires du Québec Budget 2023

16 décembre 2022

# Table des matières

Sommaire	3
État de l'industrie en chiffres	7
Bref retour sur la pandémie	7
Défis actuels	8
Une situation sanitaire précaire La pénurie de main-d'œuvre et l'impact des tournages étrangers Une explosion des coûts	9
Les habitudes d'écoute et le défi de rejoindre et d'intéresser le jeune public Des budgets toujours insuffisants pour la production de langue originale française	9 10
Propositions de l'AQPM :	12
Ajuster le Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise	13
2. Mieux soutenir les entreprises de production établies en régions	18
3. Mieux soutenir la production de moyens et de longs métrages documentaires e assurer une meilleure visibilité par le biais du diffuseur national	et leur 21
4. Développer l'auditoire par la mise sur pied d'un programme d'aide pour la product de contenus cinématographiques jeunesse	ion 22
Conclusion	25
Annexe Analyse du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévi québécoise – Rapport final présenté à l'Association québécoise de la production médiati Décembre 2022 – voir document joint	

# La culture propage de la fierté et la fierté est un moteur puissant pour une société. C'est un facteur déterminant de cohésion nationale ».

### François Legault, 19 octobre 2021

#### Sommaire

L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) regroupe, représente et conseille plus de 160 entreprises québécoises de production indépendante en cinéma, télévision et web, soit la vaste majorité des entreprises québécoises produisant ou coproduisant pour tous les écrans, en langue française et en langue anglaise.

Le présent document regroupe les propositions de l'AQPM visant à renforcer le soutien du gouvernement du Québec à l'industrie de la production audiovisuelle indépendante pour l'année financière 2023-2024. Nos recommandations sont précédées d'un état des lieux de notre secteur. Le portrait rend compte d'une industrie nationale résolument tournée vers l'avenir, mais qui est aux prises avec de nombreux défis. Le secteur audiovisuel doit effectivement composer avec des enjeux de rareté de main-d'œuvre qualifiée de même qu'avec une augmentation importante des salaires et des autres coûts de production qui plombe les budgets. De plus, les virus affectent toujours les membres des équipes malgré les mesures sanitaires appliquées sur les plateaux. Les retards engendrés par des interruptions de tournage occasionnées par des personnes-clés qui sont en isolement préventif ou atteintes de la Covid ou d'un autre virus aisément transmissible et par des éclosions plus généralisées sont encore fréquents. Soulignons au passage, qu'il est toujours impossible de recourir à des produits offerts par des assureurs privés pour couvrir ce type de risques. Nous espérons conséquemment que le programme temporaire de la SODEC visant les interruptions temporaires de tournage liées à la Covid puisse se poursuivre tout en étant adapté aux réalités sanitaires des plateaux. Sinon, les producteurs devront assumer ce risque supplémentaire à même leur budget, ce qui sera difficile considérant l'absence de marge de manœuvre dont ils disposent.

Les médias ont récemment mis en relief la désaffection des jeunes à l'égard du contenu francophone et de l'écoute des médias traditionnels. Il s'agit d'un réel souci de la part de l'industrie. Le renouvellement et la rétention des auditoires ne sont plus des éléments que l'on peut tenir pour acquis. Autrefois protégée par sa langue et le peu d'offre de contenus, la production locale était fidèlement et nettement appréciée par les Québécois de toutes les générations. Cela a favorisé la transmission d'un patrimoine commun et une cohésion sociale. À la lumière des changements démographiques et linguistiques de même que des nouvelles habitudes d'écoute, l'industrie québécoise de la production audiovisuelle doit faire face à une offre abondante de contenus internationaux, accessibles en quelques clics en tout temps, et cela, dans toutes les langues. Ce contenu exerce un attrait indéniable sur l'auditoire particulièrement auprès du jeune public et il faut rapidement agir pour ralentir cette tendance afin d'attirer ce public vers des productions créées localement. La Coalition Avenir Québec l'a d'ailleurs reconnu lors de la dernière campagne électorale en s'engageant à verser 65 millions \$ sur quatre ans à

Télé-Québec pour y bonifier l'offre québécoise de contenus jeunesse. Il s'agit maintenant de compléter cet engagement en dotant la SODEC d'une somme annuelle récurrente de 12 millions \$ afin que des longs métrages québécois en prises de vues réelles ou en animation soient offerts en salle aux jeunes et à leurs parents pour qu'ils deviennent les nouveaux classiques de demain.

Le diffuseur national a également un rôle important à jouer dans la production, la diffusion et la promotion des documentaires québécois. Depuis la fin des années 30 avec les œuvres de Maurice Proulx en passant par celles de Pierre Perrault, Fernand Dansereau, Anne-Claire Poirier, Denys Arcand, Pierre Brochu et plus récemment Anaïs Barbeau-Lavalette et Léa Clermont-Dion, les documentaires ont soulevé des enjeux sociaux importants. Terrain de jeu de prédilection pour certains, école de formation pour d'autres, les documentaires sont le lieu de tous les possibles. Des voix se sont élevées dans les derniers mois pour dénoncer le sous-financement dont faisaient l'objet les moyens et les longs métrages documentaires produits en français au Québec. L'AQPM a donc décidé de rencontrer une douzaine de diffuseurs, de distributeurs et de plateformes de diffusion actifs dans l'écosystème du documentaire et a ainsi pu faire un état des lieux de la situation. La situation difficile du documentaire relève de plusieurs facteurs dont la disponibilité des cases horaires télévisuelles et des écrans de cinéma, la difficulté de promouvoir des œuvres uniques, le manque de financement et l'accès à ces œuvres qui s'inscrivent dans notre patrimoine cinématographique. Les propositions qui ont été développées visent à apporter certains correctifs à cette situation.

Tout comme Télé-Québec, la SODEC est un partenaire essentiel des entreprises culturelles québécoises. Grâce à son agilité et à son écoute du milieu, elle a su développer des mesures d'aide adaptées aux besoins des producteurs indépendants. Le budget historique du 10 mars 2020 lui aura ainsi permis de créer notamment de nouveaux programmes pour soutenir le contenu télévisuel et de mieux financer tout l'écosystème cinématographique. L'AQPM est très inquiète que le soutien supplémentaire découlant de la dernière politique culturelle du gouvernement vienne bientôt à échéance. Elle demande donc au gouvernement de pérenniser les crédits supplémentaires qui ont été accordés à la SODEC à leur niveau le plus élevé, soit celui correspondant au budget 2020-2021.

De plus, pour permettre aux contenus québécois de langue française de se positionner sur l'ensemble des écrans et de rivaliser avec les productions étrangères qui bénéficient de budgets beaucoup plus ambitieux, les producteurs indépendants ont besoin de mesures pérennes et adaptées au contexte actuel. Ce n'est qu'ainsi que les entreprises de production établies à Montréal et dans les autres régions du Québec pourront continuer à jouer un rôle identitaire et économique déterminant pour tous les Québécois de même que pour l'ensemble des travailleurs du secteur.

Les mesures proposées par l'AQPM pour concrétiser ces objectifs s'articulent autour de quatre propositions pérennes et structurantes. Ces mesures seront d'autant plus importantes que le programme temporaire pour le maintien des capacités de production mis sur pied par la SODEC et qui vise à bonifier les budgets pour atténuer des dépenses liées au contexte sanitaire prendra fin le 31 mars 2023.

# 1. Ajuster le Crédit d'impôt d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise

- 1.1 Établir le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 % comme le gouvernement l'a fait en mars 2020 pour l'industrie de la musique et les crédits d'impôt relatifs à la production de spectacles et d'enregistrements sonores ;
- 1.2 Rétablir le taux de base à 45 % pour les productions de langue française avec un taux effectif à 29,25 % en tenant compte de la demande à 1.1. Les productions qui ne se qualifient pas dans la catégorie de langue française verraient leur taux de base porté à 35 % (avec un taux effectif à 22,75 % calculé avec un plafond de dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 %);
- 1.3 Modifier la bonification pour les productions de langue française afin de l'étendre aux séries de fiction et aux séries documentaires pour les productions originales de langue française dont la propriété intellectuelle est québécoise. De plus, nous demandons que les productions de langue française accèdent à la bonification supplémentaire de 10 % pour le tournage de scènes devant écran chromatique et à la réalisation d'effets spéciaux et d'animation informatiques et à la bonification régionale au taux de 20 % comme cela est actuellement possible pour les « autres productions »;
- 1.4 Augmenter le taux effectif maximal du crédit d'impôt pour tenir compte de l'ensemble de ces ajustements.
- 1.5 Prolonger la mesure permettant à Revenu Québec de consentir 80 % du crédit d'impôt réclamé au moment du dépôt de la déclaration fiscale.

#### 2. Mieux soutenir les entreprises de production établies en région

2.1 Soutenir la vitalité économique de la production audiovisuelle régionale en octroyant à la SODEC une enveloppe annuelle récurrente de 3,5 millions \$ visant à bonifier les budgets des projets télévisuels, cinématographiques et web des entreprises de production établies à 150 km de Montréal.

# 3. Mieux soutenir la production de moyens et de longs métrages documentaires et leur assurer une meilleure visibilité par le biais du diffuseur national

- 3.1 Octroyer une enveloppe annuelle récurrente de 3 millions \$ à la SODEC destinée au développement et à la production de documentaires uniques en format moyen et long métrage ;
- 3.2 Allouer une enveloppe annuelle récurrente de 3 millions \$ à Télé-Québec afin que le diffuseur la consacre à mieux soutenir le documentaire québécois, en finançant de façon adéquate de nouvelles productions documentaires, en acquérant des

documentaires uniques existants, en les mettant notamment en valeur sur sa plateforme numérique et en les promouvant de façon à ce que Télé-Québec devienne une référence incontournable en matière de documentaires québécois et une gardienne de ce patrimoine.

- 4. Développer l'auditoire par la mise sur pied d'un programme d'aide pour la production de contenus cinématographiques jeunesse en complément de l'aide déjà promise à Télé-Québec pour le contenu télévisuel et numérique ;
  - 4.1 Allouer une enveloppe spécifique annuelle et récurrente de 12 millions \$ à la SODEC pour soutenir le développement et la production de longs métrages (animation et prises de vues réelles) destinés à la jeunesse et à la famille.

Les mesures d'aide soutenues par le gouvernement de la Coalition Avenir Québec lors de son dernier mandat ont permis au milieu de la production audiovisuelle de passer à travers la pandémie et elles constituent des jalons déterminants pour la suite des choses. Il est temps de poursuivre dans cette voie par des mesures pérennes sur lesquelles l'industrie audiovisuelle pourra s'appuyer pour se développer et croître.

#### État de l'industrie audiovisuelle en chiffres

L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle québécoise a généré, en 2020-2021, l'équivalent de 53 400 emplois directs et dérivés de même qu'un volume global de production d'un peu plus de 2,2 milliards \$¹ dont 996 millions proviennent de la production indépendante en télévision, en cinéma et de contenu en ligne. Le volume de production attribuable aux services de production et à la production étrangère est presqu'équivalent soit 970 millions de dollars. Le volume de production interne des diffuseurs, principalement constitué d'émissions de sports, d'actualités et d'information a, pour sa part, atteint 284 millions de dollars.

De manière générale, le volume de production au Québec est à la hausse depuis dix ans. En moyenne, il a crû annuellement de 14 %. Par ailleurs, cette augmentation provient en large part (81 %) des tournages étrangers en sol québécois et des services de production qui en découlent. Le volume des productions domestiques a augmenté en moyenne de 5 % annuellement². La demande de contenus québécois est donc à la hausse grâce notamment à l'achat par Bell de la chaîne généraliste Noovo, ce qui a permis de garnir le carnet de commandes en séries dramatiques et d'émissions de variétés de plusieurs producteurs. De plus, la venue de *Vrai*, une nouvelle plateforme de contenus à la demande non scriptés (télé-réalités, magazines, documentaires...) lancée par Québecor en mai 2021 a fait croître la demande pour ce genre de productions.

# Bref retour sur la pandémie

Avec la publication du Guide des mesures sanitaires pour le secteur de la production audiovisuelle en juin 2020 et avec les diverses mesures temporaires mises en place par la SODEC grâce à l'aide financière du gouvernement du Québec, l'industrie audiovisuelle québécoise a été la première au Canada à pouvoir reprendre ses activités de tournage. En annonçant, en 2020, une aide ponctuelle de 51 millions de dollars pour le secteur audiovisuel, la ministre de la Culture et des Communications, Nathalie Roy, lui avait alors lancé une véritable bouée de sauvetage. Les mesures temporaires pour les interruptions des tournages liés à la COVID-19 et le maintien des capacités de production permettant d'éponger une partie des coûts supplémentaires engendrés par la pandémie donnaient les moyens aux producteurs d'assurer la sécurité des travailleurs et des créateurs sur les plateaux dans le respect des mesures sanitaires. Ces programmes ont été reconduits une première fois jusqu'au 31 mars 2022, puis une seconde fois jusqu'au 31 mars 2023. Pour l'année 2022-2023, la SODEC bénéficie ainsi d'une enveloppe de 50,8 millions de \$ pour le programme de maintien des capacités de production et en novembre dernier plus de 35 millions de \$ avaient déjà été octroyés. Au nom des producteurs indépendants du Québec, l'AQPM

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Les chiffres proviennent du *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2022*, publié par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec en collaboration avec l'AQPM. <a href="https://www.aqpm.ca/85/portraits-economiques">https://www.aqpm.ca/85/portraits-economiques</a>

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Ces chiffres sont tirés de *Analyse du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise*, Décembre 2022, une étude réalisée par PwC pour le compte de l'AQPM.

voudrait, une fois de plus, remercier le gouvernement du premier ministre Legault pour le soutien accordé qui aura permis le retour au travail de milliers de créateurs, de techniciens et d'interprètes.

#### Les défis actuels

#### Une situation sanitaire précaire

Bien que les consignes sanitaires sur les plateaux aient été allégées, il n'en demeure pas moins que des précautions doivent être prises pour éviter les éclosions puisque les équipes travaillent en proximité, notamment les comédiens. De nouveaux variants et virus continuent de se répandre parmi la population entraînant régulièrement des interruptions de tournage. Le gouvernement fédéral a déjà annoncé son intention de ne pas renouveler son programme de compensation pour les arrêts de tournage alors que les diffuseurs, les banques et les autres bailleurs de fonds exigent toujours que les producteurs aient accès à un programme d'assurance ou à un programme d'aide gouvernemental pour couvrir ces risques. Or, les assureurs privés ont déserté ce marché pour le moment et aucun produit n'est disponible pour satisfaire les besoins des producteurs.

L'AQPM demande donc au gouvernement de s'engager à fournir à la SODEC les moyens financiers permettant de maintenir la mesure temporaire de compensation pour les interruptions liées à la COVID-19 et de l'adapter afin qu'elle couvre les éclosions au sein des équipes de tournage dues à la COVID ou à une autre maladie infectieuse de même que l'isolement préventif du personnel-clé.

# La pénurie de main-d'œuvre et l'impact des tournages étrangers

L'accès à du personnel qualifié est déterminant pour l'industrie et la rémunération des équipes représente le plus important poste de dépense des devis de production. Les départs à la retraite, les récentes réorientations de carrière de nombreux techniciens de même que le vieillissement de la main-d'œuvre ajoutent un poids à une situation qui était déjà difficile, notamment en période estivale alors que se multiplient les tournages. Le Québec accueille de nombreux tournages étrangers à cause de la qualité de ses équipes techniques et de ses services, de la sécurité de ses installations, de la générosité de ses crédits d'impôts pour ce type d'entreprises et de l'attrait du taux de change du dollar canadien. Ces tournages à gros budgets créent une pression sur la disponibilité des équipements, des lieux de tournage et de la main-d'œuvre technique. On ne doit pas minimiser leur impact très important sur la production locale, notamment à cause de la surenchère qu'ils exercent sur les salaires.

La situation est tout aussi préoccupante pour les entreprises québécoises qui produisent des séries et des longs métrages animés. À la faveur de généreuses mesures d'aide offertes par le gouvernement provincial, plusieurs sociétés étrangères de jeux vidéo et d'animation sont venues s'établir au Québec. Ces compagnies s'approprient la main-d'œuvre disponible et offrent des salaires et des conditions de travail avec lesquels les compagnies québécoises ne peuvent rivaliser. De plus, plusieurs studios basés aux États-Unis n'hésitent plus à embaucher et même à

débaucher des employés du Québec sans qu'il soit nécessaire de les délocaliser puisque le télétravail a fait son entrée dans la production animée. Cette concurrence s'exerce à l'encontre des entreprises québécoises indépendantes qui créent des œuvres d'animation dont elles détiennent les droits. Pourtant, seules ces entreprises dont le siège social est au Québec créent des propriétés intellectuelles originales dont les bénéfices retournent à des entrepreneurs locaux.

### Une explosion des coûts

Les producteurs sont nombreux à témoigner d'une hausse vertigineuse des coûts de production depuis quelques années, mais plus particulièrement dans la dernière année puisque les devis sont non seulement sensibles à la hausse des salaires, mais également à celle de tous les éléments influençant les coûts de production. À cet égard, on retrouve notamment l'essence, la nourriture, l'hébergement, les matériaux de construction, etc. Plusieurs témoignages ont été recueillis à l'effet de hausses de plus de 20 % entre les coûts de production de la saison 1 d'une série de fiction et ceux de la saison 2 ou encore entre le moment du dépôt d'un devis pour un long métrage et celui du budget au premier jour de tournage 18 mois plus tard. Cela occasionne des choix douloureux qui se traduisent par exemple, par moins de comédiens, par l'embauche de techniciens moins expérimentés ou encore par le renoncement à tourner en région. En effet, selon les données officielles le prix de l'essence a augmenté de 59 % entre juin 2021 et juin 2022 alors que le coût de location des véhicules a subi une hausse de 28,5 %.

Le financement intérimaire obtenu auprès des institutions bancaires permet au producteur d'obtenir les liquidités nécessaires pour défrayer les dépenses liées à la production puisque les crédits d'impôts qui sont investis de façon anticipée dans la structure financière ne seront payés que plusieurs mois après la fin du tournage et de la post-production. Les hausses du taux directeur constituent donc un élément qui s'ajoute à la liste de ceux qui contribuent à l'explosion des coûts de production.

Tous ces coûts qui s'ajoutent ont un impact sur la qualité des émissions produites de même que sur leur attractivité tant pour les auditoires locaux que pour le marché international.

#### Les habitudes d'écoute et le défi de rejoindre et d'intéresser le jeune public

Au Québec, 71 % des ménages sont maintenant abonnés à une plateforme de diffusion en ligne alors qu'ils sont 66 % à être abonnés à un service de télévision traditionnelle<sup>3</sup>. Cependant, les adultes canadiens francophones consacrent toujours près de trois fois plus de temps à écouter la télévision traditionnelle plutôt que les services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA). En effet, au printemps 2022, les Canadiens francophones consacraient, selon les données de l'OTM, 14h29 en moyenne par semaine à l'écoute de la télévision traditionnelle alors qu'ils ne consacraient que 5,66 heures à l'écoute d'un service de VSDA.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> https://api.transformation-numerique.ulaval.ca/storage/584/netendances-2021-portrait-numerique-des-foyers-quebecois.pdf.

Plus étonnant, les résultats du plus récent sondage de l'OTM portant sur les jeunes<sup>4</sup> démontrent que ceux-ci sont encore des adeptes de la télévision traditionnelle, même si ce médium doit composer avec une concurrence de plus en plus intense de la part des services de vidéo sur demande par abonnement. Ainsi, ce sondage démontre notamment que 74 % des jeunes du marché francophone ont indiqué écouter la télévision traditionnelle au cours d'une semaine type, une proportion similaire (75 %) à celle de l'écoute de YouTube et une proportion un peu plus basse (70 %) pour les services de VSDA.

Bien que les enfants de 2 à 6 ans consomment davantage la télévision linéaire que les services par VSDA ou encore YouTube, leurs préférences s'inversent en vieillissant. En effet, les 12-17 ans visionnent davantage YouTube et d'autres plateformes de VSDA dont la sélection de productions locales est négligeable.

On observe parallèlement une évolution de la langue dans laquelle les jeunes consomment des contenus audiovisuels. Au printemps 2022, 20 % des jeunes de 2 à 17 ans écoutaient tous les jours ou presque des films ou des émissions en anglais tous services et plateformes confondus (télévision traditionnelle, visionnement en ligne, VSDA). Cette proportion était de 27 % chez les adolescents (12- 17 ans). 69 % des jeunes de 2 à 17 ans disaient écouter de façon mensuelle des films ou des émissions en anglais, tous services et plateformes confondus (télévision traditionnelle, visionnement en ligne, VSDA).

Face à l'abondance de contenus qui leur est proposée, les jeunes publics doivent faire des choix. Si des œuvres nationales de langue originale française cessent de figurer parmi les titres auxquels sont exposés les enfants et les adolescents du Québec, leur avenir est incertain. Si en outre, le gouvernement du Québec parvient à donner accès à l'Internet haute vitesse à l'ensemble des régions du Québec, l'évolution des habitudes d'écoute vers les plateformes de diffusion en ligne étrangères sera accélérée. Le public en région, qui traditionnellement consommait plus de contenu local que le public montréalais, sera exposé à des contenus internationaux souvent américains, de grande qualité.

Nous avons donc une responsabilité collective d'assurer que tous les Québécois, en particulier les jeunes publics, trouvent sur tous leurs écrans du contenu qui leur ressemble, qui les unit et qui parle en français de leur réalité.

#### Des budgets toujours insuffisants pour les productions de langue originale française

Le devis moyen des émissions de langue originale française continue d'accuser un retard important par rapport à celui des émissions de langue anglaise comme en témoigne le tableau fait à partir des chiffres du Fonds des médias du Canada (FMC). Ainsi, pour chacune des années étudiées, les devis moyens par heure de production en langue anglaise sont systématiquement plus élevés et ce, pour chaque catégorie de production, bien que l'écart est moins prononcé pour

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Les petits « télézards ». Les enfants et la télévision traditionnelle. Analyse du marché des francophones âgés de 2 à 17 ans, 10 mars 2022, OTM Junior.

la catégorie variétés en 2021-2022. Dans l'ensemble, les productions de langue anglaise disposent de budgets horaires de deux à quatre fois plus élevés que les productions de langue originale française.

Devis moyens des séries télévisées financées par le FMC (genres et langues)

•									
K \$	2013-	2014-	2015-	2016-	2017-	2018-	2019-	2020-	2021-
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Anglais									
Enfants et jeunes	466	532	670	483	314	576	521	528	832
Documentaires	293	311	318	402	339	361	347	294	387
Dramatiques	1647	1541	1612	1745	1989	2044	2017	2227	2430
Variétés et arts de	409	220	238	429	205	497	401	453	339
la scène									
Français									
Enfants et jeunes	154	132	145	139	139	167	196	219	233
Documentaires	136	127	133	131	127	125	131	137	143
Dramatiques	432	454	456	434	455	475	490	546	626
Variétés et arts de	215	224	214	230	248	209	199	218	325
la scène									

Sources: Données du Fonds des médias du Canada (3 octobre 2022)

L'augmentation des devis moyens des productions de langue française que l'on peut observer en 2020-2021 et en 2021-2022 s'explique en grande partie par la mesure d'aide temporaire de la SODEC qui alloue jusqu'à 8 % du budget des dramatiques et jusqu'à 5 % pour les autres genres afin de pallier les coûts supplémentaires occasionnés par la COVID-19. Il s'agit d'une mesure qui doit prendre fin le 31 mars 2023.

Les émissions de télévision se financent grâce aux licences des diffuseurs, aux sommes provenant du Fonds des médias du Canada et par l'injection par les producteurs des retours anticipés de leurs crédits d'impôt. Les devis financiers sont complétés par des apports supplémentaires des producteurs, de commanditaires privés et parfois par des investissements étrangers. Depuis deux ans, la SODEC a pu, grâce à un octroi du gouvernement, créer un premier programme destiné à la télévision en bonifiant la valeur de certaines séries québécoises.

Dans le marché de langue française, les licences de diffusion provenant des entreprises de programmation représentent entre 44 % et 55 % des devis financiers selon le genre de l'émission. Il s'agit de près du double de ce que cela représente dans le marché de langue anglaise. Comme les sommes disponibles sont calculées sur les revenus des diffuseurs traditionnels et que ceux-ci

décroissent depuis plusieurs années, la production de langue française est particulièrement sensible à cette fluctuation de revenus.

Pour y arriver, les entrepreneurs québécois doivent non seulement injecter, avant même de les recevoir, la totalité de leurs crédits d'impôt dans le financement de leurs productions mais ils y investissent également une part de plus en plus importante de leurs honoraires de producteur nuisant ainsi à la capitalisation de leurs entreprises. Ainsi pour produire une série dramatique, les producteurs de langue française injectent un plus grand pourcentage de fonds dans la structure financière que leurs collègues produisant en anglais qui bénéficient de budgets trois ou quatre fois plus élevés.

Pour les producteurs désireux de continuer à offrir des contenus de qualité en langue française, la situation est devenue intenable. La hausse des salaires accentuée par la rareté de la main-d'œuvre et par les offres des studios américains qui s'accaparent le personnel le plus qualifié, l'inflation qui fait grimper tous les coûts dont les services de traiteur, la fabrication des décors et le transport des équipes, de même que la pression pour produire des contenus attractifs sur la scène locale et internationale avec des budgets restreints créent une conjoncture difficile.

# Propositions de l'AQPM

Avant de présenter ses propositions, l'AQPM réitère son inquiétude à l'effet que le soutien supplémentaire découlant de la dernière politique culturelle du gouvernement vienne bientôt à échéance. Elle demande donc au gouvernement de pérenniser les crédits supplémentaires qui ont été accordés à la SODEC à leur niveau le plus élevé, soit celui correspondant au budget 2020-2021.

Les propositions de l'AQPM s'articulent autour de quatre axes sur lesquels les producteurs québécois de toutes les régions pourront s'appuyer pour maintenir un volume important de productions de qualité qui assureront le maintien de bons emplois pour les créateurs et les professionnels de l'industrie tout en conservant l'intérêt des auditoires pour le contenu produit localement. Elles favorisent le renouvellement des publics par la création de contenus jeunesse qui deviendront les références culturelles de demain et elles permettent à Télé-Québec, notre diffuseur national, de devenir le lieu de référence pour les longs et les moyens métrages documentaires.

# 1. Ajuster le Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise

La proposition phare de l'AQPM repose sur un ajustement du Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ). Cette mesure fiscale, mise en place en 1991 par le gouvernement du Québec, a constitué un élément déterminant dans le développement d'une industrie locale de la production indépendante.

Établie initialement pour favoriser la capitalisation des entreprises québécoises de production indépendante, les sommes anticipées à titre de crédits d'impôts font maintenant partie intégrante des devis financiers des diverses productions. En fait, tous les producteurs du Québec investissent désormais à l'avance la totalité des crédits d'impôt attendus, afin de financer leurs longs métrages ou leurs émissions télévisuelles et ainsi boucler leur montage financier. Sans le crédit d'impôt du Québec qui représente environ 15 % d'un budget de production, les entreprises de production indépendante ne pourraient tout simplement pas offrir de contenus originaux aux Québécois.

Malheureusement quand on regarde les paramètres actuels du CIRQ, on s'aperçoit qu'il n'est plus en adéquation avec la réalité que vivent les producteurs et qu'il n'est pas compétitif avec les avantages fiscaux offerts dans les autres provinces. Le crédit d'impôt actuel doit donc être révisé pour continuer de jouer un rôle structurant auprès de l'industrie.

L'AQPM a ainsi demandé à la firme PricewaterhouseCoopers (PwC) de réaliser une analyse du CIRQ pour voir s'il est en adéquation avec les dépenses en main-d'œuvre effectuées par les entreprises de production. PwC a comparé également le CIRQ avec les avantages fiscaux offerts dans d'autres provinces canadiennes, notamment pour les productions anglophones québécoises qui pourraient y délocaliser leurs tournages ou pour les productions en animation pour lesquelles la langue ne constitue pas un obstacle à leur déracinement hors-Québec. L'étude modélise les propositions de l'AQPM à partir d'une production type de langue française pour une série dramatique et enfin, elle calcule les retombées économiques du CIRQ. Le rapport est joint au présent document.

Les propositions de révision du CIRQ sont les suivantes :

1.1 Ajuster les paramètres entourant le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre Depuis 2012-2013, le pourcentage des dépenses admissibles en main-d'œuvre dépasse 55 % des budgets de production continuant de croître pour maintenant atteindre 61 % dans le cas de séries dramatiques et 64,7 % des devis pour les longs métrages d'animation<sup>5</sup>. Comme le plafond du crédit actuel est établi à 50 % des dépenses totales, il n'est plus en adéquation depuis plusieurs années avec la réalité de la production indépendante québécoise. Cette situation contraint les producteurs à apporter des ajustements qui ont des impacts significatifs sur la qualité des œuvres et conséquemment, sur leur attrait pour le public de même que sur leur potentiel commercial. De

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Données fournies par la SODEC, basées sur une moyenne des coûts de main-d'œuvre pour les six dernières années incluant l'année en cours au 18 novembre 2022.

plus, il incite les entreprises québécoises qui produisent du contenu en animation ou en langue anglaise à se tourner vers d'autres provinces qui offrent de meilleurs avantages fiscaux.

Conséquemment, l'AQPM demande que le gouvernement établisse le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 % comme le gouvernement l'a fait en mars 2020 pour l'industrie de la musique et les crédits d'impôt relatifs à la production de spectacles et d'enregistrements sonores.

### 1.2 Ramener les taux de base du CIRQ à l'état où ils étaient avant le 4 juin 2014

Le 4 juin 2014, le gouvernement provincial libéral procédait à des coupes paramétriques de 20 % applicables sur les mesures fiscales du Québec. Le Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) n'y a pas échappé et il a vu son taux de base passer de 45 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles à 36 %. Ce fut une onde de choc dans notre secteur qui s'est mobilisé pour dénoncer cette coupure. Le taux a été porté à 40 % lors du budget du 26 mars 2015 pour certaines productions de langue française, les autres se situant à 32 %. Mais un fait demeure, il est de plus en plus difficile de produire avec les budgets actuels du contenu de qualité en mesure de concurrencer le contenu étranger.

Le taux de base maximal ne s'applique qu'aux productions en langue française qui rencontrent des critères très limités de même que pour celles en format géant. Nous demandons d'ailleurs en 1.3 l'élargissement de ces critères. Il n'en demeure pas moins, qu'un nombre important de productions se retrouvent dans la catégorie « autres productions » pour lequel le taux de base est de 32 %. L'AQPM demande également de porter ce taux là où il était avant le 4 juin 2014, soit à 35 % afin que l'ensemble des productions québécoises de langue française puissent bénéficier de cette majoration ce qui inclut par exemple les magazines, les émissions de variétés et les talkshows.

Cette majoration est également essentielle pour les entreprises québécoises qui produisent des séries originales en langue anglaise dont ils détiennent des droits de propriété intellectuelle. Si le Québec aide les producteurs étrangers qui viennent tourner en anglais au Québec, il serait inconcevable que les producteurs québécois qui ont l'opportunité de faire des séries en anglais avec des budgets considérables (environ 30 millions \$) ne puissent bénéficier d'un taux majoré du crédit d'impôt de base. Pour le moment, il est plus avantageux pour un producteur québécois qui tourne une série dramatique en langue anglaise de choisir l'Ontario, la Colombie-Britannique ou même la Nouvelle-Écosse et le Manitoba. La situation est similaire pour les productions d'animation qui peuvent être faites indifféremment en anglais ou en français. Pas étonnant, que l'on assiste à un exode de ces tournages québécois à gros budget vers des provinces qui offrent des incitatifs fiscaux plus avantageux.

Dans le cadre de son étude, la firme PwC a procédé à un exercice comparatif entre le crédit d'impôt du Québec et celui offert par d'autres provinces canadiennes pour une série québécoise de langue anglaise doté d'un budget de 30 millions \$ et pour une série d'animation québécoise avec un budget de 10 millions \$. Il appert que le producteur québécois qui choisirait de tourner sa série de langue anglaise au Québec aurait droit à un crédit d'impôt de 4,8 millions \$ alors que celui-ci atteindrait 5,8 millions \$ en Ontario et en Colombie-Britannique ou 7,3 millions \$ au Manitoba. Pour la série d'animation, un producteur québécois toucherait 2,1 millions \$ au Québec comparativement à 3,4 millions \$ en Ontario, à un montant de 3,2 millions \$ en Colombie-Britannique, à 2,8 millions \$ au Manitoba et à 2,4 millions \$ en Nouvelle-Écosse<sup>6</sup>.

L'AQPM demande donc le rétablissement du taux de base à 45 % pour les productions de langue française avec un taux effectif à 29,25 % puisqu'il s'ajouterait à notre demande de porter le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 %. Les productions qui ne se qualifient pas dans la catégorie de langue française verraient leur taux de base porté à 35 % (avec un taux effectif à 22,75 % calculé également avec un plafond à 65 %).

# 1.3 Élargir la bonification pour certaines productions de langue française

Il existe actuellement une bonification pour certaines productions de langue française. Cette bonification témoigne de l'importance que le gouvernement attache à la protection de la langue française. Nous partageons cet engagement, mais nous croyons que son application doit être élargie.

Tel que mentionné précédemment, l'actuel taux de base maximum n'est applicable que pour certaines productions de langue française. Même en rétablissant le taux de base au niveau qui prévalait avant le 4 juin 2014, peu de productions pourraient en bénéficier, car pour le moment, la bonification de langue française ne s'applique uniquement qu'aux productions suivantes:

- i. aux longs, moyens et courts métrages de fiction, incluant les longs métrages coproduits ainsi que les productions d'animation;
- ii. aux documentaires uniques, incluant les coproductions, destinés principalement à une exploitation sur les marchés francophones;
- iii. aux productions destinées aux personnes mineures c'est-à-dire celles qui sont conçues et produites pour répondre aux attentes de cet auditoire, plutôt qu'à celles des adultes. Elles doivent présenter de jeunes protagonistes, refléter la réalité du point de vue des jeunes et ne pas constituer en une production de fiction familiale.

Les autres productions ont droit à un taux de base de 32 % qui serait porté à 35 % si notre précédente proposition recevait l'aval du gouvernement.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Voir aux pages 36 et 37 de l'analyse de PwC

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Et pour les productions en format géant.

Les critères permettant de définir les productions de langue française admissibles à cette bonification, sont donc trop restrictifs. Ils s'adressent principalement à des productions destinées aux salles de cinéma faisant fi de la plupart des productions télévisuelles. Ils omettent les séries de fiction et les séries documentaires qui sont des genres sous-financés et pour lesquels il existe des débouchés commerciaux enviables tant sur la scène nationale qu'internationale.

Par ailleurs, la qualification à titre de productions de langue française ne donne pas droit à la bonification supplémentaire de 10 % pour le tournage de scènes devant écran chromatique et à la réalisation d'effets spéciaux et d'animation informatiques ni à la bonification régionale de 20 %. Ces deux bonifications sont réservées aux « autres productions ». Dans le premier cas, on prive les producteurs qui désirent prendre avantage des nouvelles technologies ou du talent québécois en matière d'effets visuels ou d'animation. Si l'on veut augmenter l'attractivité des productions locales, il serait logique de permettre aux producteurs québécois d'accéder à cette bonification pour des séries ou des longs métrages en français. Dans le cas de la bonification régionale, il ne semble pas plus justifié qu'un producteur établi en région ait accès à une bonification de 20 % s'il produit une émission de variétés ou une émission en langue anglaise, mais qu'il n'aurait droit qu'à 10 % pour produire un contenu en français pour personnes mineures ou pour produire une série de fiction si la catégorie était élargie pour dorénavant les inclure.

C'est pourquoi nous demandons que la bonification pour les productions de langue française soit étendue aux séries de fiction et aux séries documentaires pour les productions originales de langue française dont la propriété intellectuelle est québécoise. De plus, nous demandons que les productions de langue française accèdent à la bonification supplémentaire de 10 % pour le tournage de scènes devant écran chromatique et à la réalisation d'effets spéciaux et d'animation informatiques de même qu'elles puissent accéder à la bonification régionale au taux de 20 % comme cela est actuellement possible pour les « autres productions ».

1.4 Il faudrait également augmenter le taux effectif maximal du crédit d'impôt pour tenir compte de l'ensemble de ces ajustements.

Selon l'analyse de PwC l'impact de l'ensemble des demandes de l'AQPM est estimé à 82,5 millions de \$ supplémentaires sur le coût du CIRQ en utilisant les données de 2021-20228. De plus, PwC a calculé que le retour sur l'investissement du gouvernement dans le CIRQ par dollar investi s'élèverait à 0,80 \$ sans compter la contribution au PIB. Chaque dollar investi en crédit d'impôt selon la nouvelle formule proposée par l'AQPM soutiendrait l'équivalent de 50 emplois directs et indirects à temps plein<sup>9</sup>.

-

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Voir à la page 31 de l'analyse fournie par PwC

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Idem, p. 42

Avec la révision proposée par l'AQPM, le producteur québécois d'une série tournée en anglais au Québec verrait son crédit d'impôt passer de 4,8 millions \$ à 5,8 millions \$ le rendant équivalent à celui de l'Ontario et de la Colombie-Britannique et le producteur d'une série d'animation québécoise toucherait 3,6 millions \$, soit plus que le crédit d'impôt offert par les autres provinces<sup>10</sup>.

Par ailleurs, le producteur québécois d'une série dramatique de langue originale française bénéficiant d'un budget de 7 millions \$ et dont le pourcentage des dépenses en main-d'œuvre admissible s'élève à 60 % recevrait 1,58 million \$ en crédit d'impôt si on ajustait le plafond des dépenses et le taux de base tel que demandé. Il en reçoit 1,12 million \$ actuellement<sup>11</sup>.

En analysant les coûts des propositions de l'AQPM, le gouvernement doit tenir compte des économies réalisées en abolissant la mesure temporaire pour le maintien des capacités de production qui doit prendre fin le 31 mars prochain. La SODEC dispose de 50,8 millions \$ pour l'année en cours afin de couvrir cette mesure dont l'objectif est de pallier les coûts supplémentaires liés à la COVID.

Le CIRQ révisé serait, par ailleurs, une mesure pérenne prévisible et plus structurante pour l'industrie, sans compter que l'aide octroyée à la production indépendante québécoise par le biais de crédits d'impôt demeurerait encore bien inférieure à celle consentie aux entreprises étrangères par le biais du crédit d'impôt pour les services de production.

1.5 Prolonger la mesure permettant à Revenu Québec de consentir 80 % du crédit d'impôt réclamé au moment du dépôt de la déclaration fiscale.

L'AQPM ajoute une autre demande touchant le crédit d'impôt, mais qui concerne cette fois-ci les délais de traitement des demandes par Revenu Québec. Pendant la pandémie, Revenu Québec octroyait 80 % du crédit d'impôt dès le dépôt de la déclaration fiscale, avant même de procéder aux vérifications, dans le but d'accélérer l'accès des entreprises à des liquidités. Le gouvernement est dorénavant à même de constater le faible risque représenté par cette mesure qui doit bientôt prendre fin. Alors que les taux d'intérêts grimpent en flèche, les frais bancaires assumés par les producteurs pour financer les montants de crédits d'impôts à recevoir, suivent une ascension parallèle. Ces montants, pris à même les budgets des productions sont des sommes dont on ne voit pas les effets à l'écran. L'AQPM demande ainsi au gouvernement de prolonger la mesure permettant à Revenu Québec de consentir 80 % des crédits d'impôts réclamés au moment du dépôt de la déclaration fiscale.

-

<sup>&</sup>lt;sup>10</sup> Idem p. 38

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Voir aux pages 29 et 30 de l'analyse de PwC

### 2. Mieux soutenir les entreprises de production établies en région

Depuis plusieurs années, certaines associations et entreprises de production militent pour l'instauration d'un crédit d'impôt pour les producteurs montréalais et étrangers qui choisissent de tourner en région. Il y a indéniablement des coûts supplémentaires engendrés par le fait de tourner en région de même que des avantages à présenter de nouvelles réalités à l'écran et à faire profiter les régions des retombées de cette activité économique. Néanmoins, l'AQPM tient à faire certaines observations sur les impacts d'une telle mesure sur les entreprises dont le siège social se situe dans les régions.

Les tournages en régions par des entreprises dont le siège social est à l'extérieur de celles-ci ou à l'extérieur du Québec accaparent souvent la main-d'œuvre, les lieux de tournages et les équipements disponibles au détriment des productions locales notamment durant la période estivale. De plus, les producteurs qui sont établis en région, particulièrement lorsqu'ils sont situés à plus de 150 kilomètres de Montréal, peinent déjà à se faire connaître des diffuseurs localisés dans la métropole. La compétition est intense et le seul avantage fiscal qu'ils possèdent demeure la bonification régionale du CIRQ qui leur est réservée. Cet apport supplémentaire vient souvent faire la différence lorsqu'il est temps pour un diffuseur de choisir le projet télévisuel d'un producteur établi en région par rapport à celui d'un producteur métropolitain. La mise en place d'une éventuelle bonification pour attirer plus de tournages en région doit donc tenir compte de son impact sur la disponibilité des ressources et sur la viabilité des entreprises dont le siège social est en région. C'est pourquoi l'AQPM a toujours privilégié des mesures qui favorisaient en premier lieu les producteurs qui assuraient le développement économique de leur région.

D'ailleurs, depuis le début de son mandat, le gouvernement du Québec a affirmé à maintes reprises sa volonté de miser sur le développement économique régional en favorisant la croissance des entreprises qui s'y trouvent et la création d'emplois bien rémunérés. La production audiovisuelle indépendante s'avère un secteur de choix pour concrétiser cette vision. Un support additionnel du gouvernement du Québec pour les producteurs établis en région permettrait aux entreprises de maintenir un rythme d'activités plus soutenu pour ainsi accroître le bassin de professionnels établis dans les communautés et garantir du travail sur une plus longue période.

En 2020-2021, 22 % du volume de la production télévisuelle et cinématographique québécoise était produit en dehors des régions de Montréal et Laval. Cette proportion est en baisse depuis quelques années, alors qu'elle atteignait 28 % en 2015-2016<sup>12</sup>.

L'AQPM a dénombré près d'une quarantaine d'entreprises de production établies à plus de 150 km de Montréal, référence géographique correspondant à la définition préconisée par l'association et le Fonds des médias du Canada<sup>13</sup>. De la Côte-Nord à l'Outaouais, de l'Abitibi-Témiscamingue au Bas-St-Laurent, de Québec à la Gaspésie en passant par l'Estrie et la Mauricie,

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> FORTIER, Claude (2022). Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec. Édition 2022, <a href="https://www.aqpm.ca/85/portraits-economiques.ph/">https://www.aqpm.ca/85/portraits-economiques.ph/</a> 32

economiques, p.32 <sup>13</sup> Une vingtaine d'entre elles sont membres de la Table régionale de l'association

les producteurs régionaux contribuent à la représentation de tous les Québécois sur l'ensemble de nos écrans.

Divers exemples de succès commerciaux sont issus des régions. L'entreprise ComediHa!, spécialisée dans les contenus humoristiques et les émissions de variétés, est à l'origine de la série à sketchs non-verbaux *LOL :-*), présentement diffusée dans 148 territoires dans le monde<sup>14</sup> et de la série de fiction *La Confrérie*, bientôt disponible en France et en Belgique<sup>15</sup>. Pour sa part, 10<sup>e</sup> Ave Productions, entreprise de St-Augustin-de-Desmaures dans le comté de Louis-Hébert, a exporté son plus récent long métrage d'animation, *Félix et le trésor Morgäa* dans une centaine de pays<sup>16</sup> alors que Cracké, une série d'animation produit par Squeeze se retrouve dans plus de 200 pays et territoires<sup>17</sup>. Une autre compagnie d'animation de la région de la Capitale-Nationale, Happy Camper Média est aussi parvenue à propulser sa propriété intellectuelle originale, *L'Agent Jean* sur les marchés étrangers.

Les producteurs régionaux travaillent aussi fréquemment en coproduction internationale. C'est le cas de Parallaxes dont le long métrage *La bataille de Farador* coproduit avec la Belgique a nécessité 15 jours de tournage dans divers lieux de Québec, prendra l'affiche en 2023. Il en va de même pour l'entreprise Nova Média en Abitibi-Témiscamingue qui se spécialise, depuis plus de 20 ans, dans la création de documentaires à thématiques scientifique et géographique. La coproduction est également le modèle parfois adopté par PVP Média de Matane pour ses séries documentaires et d'animation depuis sa fondation en 1985.

Enfin, la production régionale porte un regard différent sur nos traditions et notre histoire collective. À cet égard, la maison de production autochtone Terre Innue située sur la Côte-Nord a récemment lancé la série documentaire *Laissez-nous raconter* sur le patrimoine des onze Premières Nations. De plus, l'équipe de Nish Média, basée à Gatineau, a récolté les honneurs à l'international avec la série *Pour toi Flora* qui aborde le sombre chapitre des pensionnats autochtones.

En dépit de son dynamisme, la production audiovisuelle régionale fait face à des enjeux particuliers qui freinent son expansion. Ceux-ci proviennent entre autres de la distance qui sépare les producteurs du personnel responsable des relations d'affaires chez des diffuseurs, les distributeurs et les bailleurs de fonds. De plus, comme les entreprises montréalaises, les compagnies régionales sont affectées par la pénurie de main-d'œuvre, mais celle-ci est exacerbée par les difficultés préexistantes de développement et de rétention de travailleurs dans chacune

I<sup>4</sup> Godin, Sandra, 7 novembre 2020, La petite histoire du succès mondial de LOL:-) <a href="https://www.journaldequebec.com/2020/11/08/la-petite-histoire-dun-succes-mondial">https://www.journaldequebec.com/2020/11/08/la-petite-histoire-dun-succes-mondial</a>, consulté le 9 décembre 2021.
 I<sup>5</sup> https://www.newswire.ca/fr/news-releases/trois-fictions-originales-de-bell-media-vendues-a-l-international-dans-plus-de-sept-pays-

https://www.newswire.ca/fr/news-releases/trois-fictions-originales-de-bell-media-vendues-a-l-international-dans-plus-de-sept-pays-830171450.html

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Duchesne, André, 5 novembre 2021, Félix et le trésor de Morgäa vendu dans 100 pays, <a href="https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>, <a href="pays.php#:~:text=Depuis%20sa%20sortie%20en%20salle,et%20territoires%20dans%20le%20monde">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>, <a href="pays.php#:~:text=Depuis%20sa%20sortie%20en%20salle,et%20territoires%20dans%20le%20monde">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>, <a href="pays.php#:~:text=Depuis%20sa%20sortie%20en%20salle,et%20territoires%20dans%20le%20monde">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>, <a href="pays.php#:~:text=Depuis%20sa%20sortie%20en%20salle,et%20territoires%20dans%20le%20monde">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>, <a href="pays.php#:~:text=Depuis%20sa%20sortie%20en%20salle,et%20territoires%20dans%20le%20monde">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-11-05/animation/felix-et-le-tresor-de-morgaea-vendu-dans-plus-de-100-</a>.

 $<sup>^{17}\</sup> https://www.journaldemontreal.com/2021/09/21/serie-danimation-cracke-squeeze-annonce-une-deuxieme-saison$ 

des régions du Québec. Des frais pour délocaliser les équipes sont conséquemment plus importants sur la plupart des productions.

Pour atténuer les défis des producteurs régionaux, des mécanismes de financement ont été mis en place pour inciter les diffuseurs établis à Montréal à faire appel à leur talent. Au Québec, une bonification de 10 % est accordée sur les coûts de main-d'œuvre régionaux à même le programme de Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise pour les compagnies établies en région. Au fédéral, le Fonds des médias du Canada (FMC) administre la Mesure incitative à la production régionale de langue française au Québec. Cette contribution représente une bonification de 15 % des dépenses admissibles pour une émission dont le producteur est basé à 150 km de Montréal et ce, jusqu'à concurrence de 225 000 \$. En 2022-2023, l'enveloppe disposait de 2 700 000 \$. Enfin, la Ville de Québec consent elle aussi une aide à la production et au développement de projets audiovisuels pour les producteurs de la région de la Capitale-Nationale.

L'ensemble de ces mesures est essentiel au maintien de l'industrie en dehors de Montréal et à la création de bassins de professionnels qualifiés à la grandeur du territoire. Au fil du temps, les incitatifs ont porté fruit, mais ils sont dorénavant insuffisants. Les enveloppes disponibles, dont celles du Fonds des médias du Canada, se vident en l'espace de 24 heures, laissant à chaque requérant une fraction des sommes auxquelles il peut prétendre. En 2022-2023, chacun des 31 projets soumis a obtenu 81 % du montant originalement demandé. Cette situation récurrente est préoccupante pour les producteurs régionaux et les plonge dans une incertitude grandissante.

C'est pourquoi l'AQPM demande au gouvernement du Québec de soutenir la vitalité économique de la production audiovisuelle régionale en confiant à la SODEC une enveloppe annuelle de 3,5 millions \$ visant à bonifier les budgets des projets télévisuels, cinématographiques et web des entreprises de productions établies à 150 km de Montréal.

Il existe déjà parmi les programmes de la SODEC destinés aux entreprises du livre et de l'édition, une aide supplémentaire qui reconnaît les inégalités inhérentes à œuvrer à l'extérieur des centres urbains. Le volet 2.3, intitulé *Aide à la disparité régionale* bonifie les budgets de certaines activités déployées par les librairies situées en région<sup>18</sup>. Une nouvelle aide à la production audiovisuelle régionale pourrait être octroyée, à l'instar de celle du FMC, sous forme automatique et à hauteur égale entre toutes les entreprises admissibles. Une telle mesure, simple à administrer, consoliderait les avantages concurrentiels des producteurs régionaux en rendant leurs devis plus attrayants aux yeux des décideurs et des éventuels partenaires d'affaires.

20

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Programme d'aide aux entreprises du libre et de l'édition, 2021-2022, <a href="https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/programme-daide-aux-entreprises-du-livre-et-de-ledition-2021-2022.pdf?v=96c0eaec81525aa41a037ef73f3bd484">https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/programme-daide-aux-entreprises-du-livre-et-de-ledition-2021-2022.pdf?v=96c0eaec81525aa41a037ef73f3bd484</a>

# 3. Mieux soutenir la production de moyens et de longs métrages documentaires et leur assurer une meilleure visibilité par le biais du diffuseur national

Dans la foulée des voix se sont élevées au printemps pour dénoncer le sous-financement dont faisaient l'objet les moyens et les longs métrages documentaires produits en français au Québec, l'AQPM a décidé de rencontrer les parties prenantes de l'industrie qui ont un rôle à jouer dans la vitalité et le rayonnement des longs et moyens métrages documentaires.

L'AQPM procédé à une série d'entrevues avec sept diffuseurs publics et privés de langue française (plateformes et télédiffuseurs), trois distributeurs de longs métrages, un bailleur de fonds et des représentants de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec. Les échanges ont été fort stimulants et ils ont permis d'identifier les enjeux importants à considérer dans l'élaboration de pistes de solutions. Il s'agit notamment de la promotion des œuvres, de la chronologie des fenêtres de diffusion, du nombre des cases qui sont dédiées au documentaire chez les télédiffuseurs, de la hauteur des budgets, du rôle des plateformes et de l'exportation des contenus.

L'AQPM constate qu'il existe bel et bien un engouement pour le documentaire de la part des diffuseurs, de distributeurs de contenus de niche et même du public comme le démontre la vitalité de ces productions sur les grandes plateformes de diffusion en ligne, mais qu'au fil du temps, les grilles horaires ont concédé une place grandissante aux séries documentaires par rapport aux œuvres uniques. Cela s'explique en partie parce que les ressources nécessaires pour la promotion des documentaires uniques sont similaires à celles déployées pour les séries, mais que les retombées sont réparties sur plusieurs semaines dans le cas d'une série et non sur une seule diffusion.

Pourtant, plusieurs moyens et longs métrages documentaires pourraient s'inscrire dans la durée, leur sujet offrant de l'intérêt pendant de nombreuses années. Ce genre a également une grande valeur structurante pour l'industrie de la production audiovisuelle parce qu'elle constitue une porte d'entrée enviable pour la relève et que plusieurs entreprises établies en région en font le cœur de leurs activités.

C'est pourquoi les solutions préconisées par l'AQPM agissent à plusieurs niveaux pour répondre aux problématiques touchant la production de longs et de moyens métrages documentaires. En stimulant le nombre de projets réalisés et en bonifiant les budgets qui sont consacrés au documentaire dans le système de financement, il importe aussi de créer un espace pour les diffuser, un lieu phare qui deviendrait l'endroit privilégié pour les consommer.

Télé-Québec, en sa qualité de diffuseur public, est le partenaire idéal pour agir comme fer de lance de cette initiative avec sa plateforme en ligne. La marque Télé-Québec jouit d'une notoriété préalable pour la qualité de son contenu, particulièrement pour la production documentaire. Lors d'une table ronde aux Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM), Virginie

Langlois, directrice des contenus grand public à Télé-Québec, a confié que sur la chaîne principale, c'est une série documentaire, *De garde 24/7* (Avanti-Toast), qui rallie le plus de téléspectateurs dans toute la programmation. De plus, en matière de documentaires uniques, huit des dix titres les plus regardés à la télé dans la dernière année étaient des acquisitions étrangères, mais sur la plateforme en ligne, la tendance est complètement inversée. Huit des documentaires les plus regardés sur dix étaient des productions québécoises. En augmentant la masse critique de documentaires unitaires disponibles sur la plateforme en ligne de Télé-Québec, il serait possible d'en faire <u>LE</u> lieu de prédilection des Québécois pour visionner les productions qui ont déjà fait un passage en salle ou sur une chaîne ou pour dénicher des exclusivités soutenues par le diffuseur national. Le fait de retrouver du contenu en plus grand nombre faciliterait les efforts promotionnels de l'équipe de Télé-Québec. En présentant une plus grande offre de contenus québécois, le diffuseur pourrait non seulement les promouvoir auprès des Québécois, mais aussi participer à son rayonnement à l'international grâce à son partenariat avec TV5 Monde, une plateforme présente dans près de 200 pays. Une vitrine sur Télé-Québec pourrait donc devenir une fenêtre sur le monde.

Pour ce faire, la SODEC doit pouvoir mieux financer un plus grand nombre de projets et Télé-Québec doit posséder plus de moyens soit pour en acquérir les droits de diffusion ou pour investir annuellement dans un plus grand nombre de documentaires uniques dès la phase de développement. Ainsi, l'AQPM demande au gouvernement de poser les deux actions suivantes :

Octroyer une enveloppe annuelle récurrente de 3 millions \$ à la SODEC destinée au développement et à la production de documentaires uniques en format moyen et long métrage ;

Allouer une enveloppe annuelle récurrente de 3 millions à Télé-Québec afin que le diffuseur la consacre à mieux soutenir le documentaire québécois, en finançant de façon adéquate de nouvelles productions documentaires, en acquérant des documentaires uniques existants, en les mettant notamment en valeur sur sa plateforme numérique et en les promouvant de façon à ce que Télé-Québec devienne une référence incontournable en matière de documentaires québécois et une gardienne de ce patrimoine. Une partie des sommes pourrait être consacrée à la cinématographie des entreprises établies en région.

# 4. Développer l'auditoire par la mise sur pied d'un programme d'aide pour la production de contenus cinématographiques jeunesse

En août 2021, le Québec a perdu un pionnier et ardent défenseur d'une production jeunesse intelligente et de grande qualité, M. Rock Demers. Pour illustrer l'importance de développer une production nationale destinée au jeune public, il s'était exprimé ainsi : « Si les jeunes ne voient que des films américains, comment en viendront-ils, à l'adolescence et à l'âge adulte, à s'identifier à des héros différents de ceux que présente le cinéma ? Être heureux c'est difficile, mais ça s'apprend. Pour que les enfants apprennent, il ne faut pas leur cacher les côtés plus durs ou plus

laids de la vie, mais leur affirmer, leur montrer surtout, qu'elle vaut la peine d'être vécue. À mon avis, voilà la seule morale acceptable ». 19

Quelques mois plus tard, le 25 décembre 2021, c'est la productrice Carmen Bourassa qui est décédée. Tout d'abord enseignante, elle convainc le ministère de l'Éducation du Québec que la télévision est le vecteur idéal pour diffuser du contenu éducatif. Et c'est ainsi que naîtront en 1977, les premiers épisodes de la série *Passe-Partout* diffusés sur les ondes d'alors Radio-Québec. Carmen Bourassa est à l'origine de plusieurs émissions à succès destinées aux jeunes dont *Pin Pon, Toc Toc Toc* et *Cornemuse* produites par Téléfiction.

La production audiovisuelle jeunesse joue un rôle essentiel dans la transmission de valeurs communes, dans l'attachement à sa culture et dans l'usage de la langue. Le patrimoine audiovisuel québécois regorge de titres dont la seule évocation suscite l'appartenance, de *Bobino* à *Ari Cui Cui*, en passant par *Le Club 100 Watts*, *Cochon Dingue* et la série de longs métrages *Les Contes pour tous*. Encore aujourd'hui, les émissions télévisuelles et cinématographiques francophones québécoises ont la capacité de capter l'attention des jeunes publics d'ici et d'ailleurs. Notre production est reconnue pour son audace, pour sa capacité à refléter la société et à ouvrir le dialogue au sein des cellules familiales.

Mais les habitudes d'écoute et la démographie du Québec changent. Si les tout-petits écoutent encore la télévision québécoise avec leurs parents, ils sont plus sollicités par les médias sociaux et les contenus de toutes provenances au fur et à mesure qu'ils vieillissent et qu'ils sont influencés par leurs amis.

La Coalition Avenir Québec a déjà reconnu, lors de la dernière campagne électorale l'importance de rejoindre les jeunes en annonçant une contribution de 65 millions \$ sur quatre ans à Télé-Québec afin de développer et de produire du contenu à leur intention diffusé sur les ondes du diffuseur national de même que sur sa plateforme numérique. Le secteur du cinéma a cependant été oublié alors que le grand écran est en mesure de faire rayonner les productions jeunesse québécoises dans toutes les régions du Québec. L'AQPM propose donc qu'une enveloppe annuelle et récurrente de 12 millions \$ soit allouée à la SODEC pour financer des longs métrages destinés aux jeunes. Cette somme permettrait de s'assurer qu'à chaque saison, on retrouve un film québécois sur les écrans des salles de cinéma assurant une alternative aux productions de Disney et Pixar et une proposition adéquate de sortie scolaire pour les élèves et leurs enseignants. La mesure devrait courir tant les films en action réelle que les longs métrages d'animation pour lesquels l'expertise québécoise est reconnue dans le monde entier. Rappelons que le long métrage d'animation La Guerre des Tuques 3D, produit par CarpeDiem Films & TV, a

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Lussier, Marc-André, 17 août 2021, *Le père des contes pour tous n'est plus*, <a href="https://www.lapresse.ca/cinema/2021-08-17/rock-demers-1933-2021/le-pere-des-contes-pour-tous-n-est-plus.php?utm">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-08-17/rock-demers-1933-2021/le-pere-des-contes-pour-tous-n-est-plus.php?utm</a> source=dlvr.it&utm medium=twitter&fbclid=IwAR1ZDHtovo2HHaWVzQyJ7EsKGTdbNZC9cDJwS16o4Q <a href="https://www.lapresse.ca/cinema/2021-08-17/rock-demers-1933-2021/le-pere-des-contes-pour-tous-n-est-plus.php?utm">https://www.lapresse.ca/cinema/2021-08-17/rock-demers-1933-2021/le-pere-des-contes-pour-tous-n-est-plus.php?utm</a> source=dlvr.it&utm medium=twitter&fbclid=IwAR1ZDHtovo2HHaWVzQyJ7EsKGTdbNZC9cDJwS16o4Q <a href="https://www.lapresse.ca/cinema/2021-08-17/rock-demers-1933-2021/le-pere-des-contes-pour-tous-n-est-plus.php?utm</a> source=dlvr.it&utm medium=twitter&fbclid=IwAR1ZDHtovo2HHaWVzQyJ7EsKGTdbNZC9cDJwS16o4Q <a href="https://www.lapresse.ca/cinema/2021">li-Nn4ps6XvU0yuwA</a>, consulté le 7 décembre 2021.

été vendu dans plus de 200 pays et territoires et a été présenté dans 22 festivals où il a remporté huit prix. Il a même tenu l'affiche sur 4000 écrans de cinéma en Asie.

La production jeunesse offre de nombreux avantages sur le plan économique par les possibilités qu'elle offre de décliner les propriétés intellectuelles sous de multiples formes (livres, applications, jeux, commercialisations de trames sonores, matériel pédagogiques, vêtements, etc.) créant ainsi de marques fortes qui font appel aux professionnels d'autres secteurs des industries culturelles et créatives.

La production jeunesse se distingue également par la pérennité de ses œuvres comme en témoigne ces temps-ci l'attachement du public pour les classiques de Ciné-cadeau où l'on retrouve malheureusement peu de productions québécoises. Un effort concerté du gouvernement et des producteurs pour donner un nouvel élan à ce secteur, permettrait de créer les nouveaux classiques de demain.

En complément des engagements pris pendant la campagne électorale, pour la création de contenus jeunesse télévisuels et numériques, l'AQPM demande au gouvernement québécois d'allouer une enveloppe spécifique annuelle et récurrente de 12 millions de dollars à la SODEC pour soutenir le développement et la production de longs métrages (animation et action réelle) destinées à la jeunesse et à la famille.

#### Conclusion

Alors que l'industrie de la production audiovisuelle indépendante s'extirpe enfin du marasme de la pandémie, de nombreux défis demeurent. L'AQPM est convaincue que les propositions mises de l'avant dans le présent mémoire sauront répondre aux enjeux vécus par les entreprises de production indépendante en matière de main-d'œuvre, de hausse de coûts et de développement d'auditoire. Elles ont pour objectif de renforcer les moyens dont les producteurs disposent pour développer, produire et mettre en marché des contenus porteurs qui résonnent sur le marché québécois et international. L'AQPM représente des entreprises établies à la grandeur du Québec qui contribuent à la vitalité économique et culturelle sur l'ensemble du territoire. Les productions de ses membres créent des liens sociaux et elles sont des outils de choix pour propager l'usage de la langue française.

Le gouvernement du Québec a conféré un soutien indéfectible à notre secteur depuis son arrivée aux pouvoir. L'AQPM lui demande de maintenir son appui en adaptant ses mécanismes de financement à aux nouvelles réalités auxquelles l'industrie de la production doit faire face.

# Annexe

Voir étude jointe : PwC, Analyse du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise, Rapport final présenté à l'Association québécoise de la production médiatique - décembre 2022