



**CRÉATEUR DE CONTENU ET DE
PROPRIÉTÉS INTELLECTUELLES**

**CRÉATEUR ET PRODUCTEUR DE
SÉRIES TÉLÉVISUELLES**

**CRÉATEUR ET PRODUCTEUR
DE LONG MÉTRAGES**

**DISTRIBUTEUR MONDIAL DE
CONTENUS AUDIO-VISUELS
QUÉBÉCOIS**

**CRÉATEURS ET PRODUCTEUR
DE SPECTACLES VIVANTS**

**PRODUCTEURS DE
GRANDS ÉVÉNEMENTS**

Production télévisuelle : non ce n'est pas juste de la tv !

C'est la survie de la culture québécoise et de toute une industrie dont il est question.

Mémoire déposé au ministre des Finances du Québec dans le cadre des consultations prébudgétaires 2024-2025

Sylvain Parent-Bédard
PRÉSIDENT ET DIRECTEUR GÉNÉRAL

Sylvain.ParentBedard@ComediHa.com | 1 418 805-4497

25
ans

PRÉSENTATION DE COMÉDIHA!

ComediHa! est une organisation solidement enracinée dans le paysage culturel québécois. « Voir la vie en drôle! », c'est ce que nous faisons depuis maintenant 25 ans !

Depuis un quart de siècle, la passion de notre brigade (une centaine de permanents et plus de 3500 temporaires) basée à Québec et Montréal contribue à « Faire rire le monde partout dans le Monde ».

Avec le temps, nous avons pris en virage nécessaire de diversification de nos contenus si bien que nous embrassons aujourd'hui autant l'humour que la musique ainsi que leurs secteurs d'activités : les arts de la scène, la production télévisuelle, la production de longs métrages et la production de grands événements. Notre empreinte est telle qu'on peut certainement s'enorgueillir d'être positionné comme l'un des cinq plus importants producteurs télévisuels au Québec et le principal joueur à l'extérieur de la métropole montréalaise. Nous sommes aussi parmi les plus importants producteurs de spectacles vivants. Si nos ambitions sont internationales, nos assises demeurent régionales – à Québec – avec les défis que cela comporte.

Notre entreprise témoigne de la capacité des régions à générer des succès commerciaux d'envergure. Par exemple, notre série à sketches non verbaux « LOL » est actuellement diffusée dans plus de 100 pays à travers le monde, et notre série fiction « À Propos d'Antoine » sera bientôt disponible dans plus près de 50 pays. Nous sommes également actifs dans les coproductions internationales, ce qui démontre le potentiel de notre industrie à l'extérieur de nos frontières et le rayonnement du Québec dans le monde, ne serait-ce que par les grandes émissions associées à la SuperFrancoFête que nous avons relancées en 2022 et qui sont télédiffusées à travers la francophonie.

En 25 ans d'existence, ComediHa! a produit plusieurs milliers de spectacles vivants et des milliers d'heures de télévision; sans compter les millions de rires et sourires au Québec, au Canada et sur la planète.

Autrement dit, nous sommes un important créateur de contenus de divertissement qui œuvre dans de multiples secteurs d'activités.

Des émissions de variétés :

Comédie sur mesure (produite dans les régions du Québec), des documentaires-variétés pour Télé-Québec, le Grand Concert de la SuperFrancoFête (à travers la francophonie), Pour toi Céline – Hommage à l'album d'Eux (à travers la francophonie), Les Galas ComediHa!, JMP, Les Grands Bien-cuits ComediHa!, Le Grand Rire de..., Roast Battle : le grand duel et bien d'autres.

Des séries de fictions et des longs métrages :

Les Boys (que nous avons acquis et relançons haut la main), À propos d'Antoine, La Confrérie, LOL ComediHa! (série tv télédiffusée dans plus de 100 pays), les adaptations québécoises de Brooklyn Nine-Nine en collaboration avec NBCU (Escouade 99), de Toren C en collaboration avec Warner Brother (Complexe G) et plusieurs autres.

Des spectacles vivants :

Des one-man show, des pièces de théâtre à succès telles que Symphorien et Ladies Night, Les Boys, Moi et l'autre, des spectacles événementiels et beaucoup plus.

Depuis 2000, un festival d'humour à Québec, le ComediHa! Fest-Québec, qui est désormais le plus important festival d'humour francophone au monde; le rendez-vous mondial incontournable de l'industrie.

INTRODUCTION

De plus en plus présent dans le paysage télévisuel québécois avec des productions originales à forte résonance, ComediHa! souhaite participer au débat public sur l'importance de renforcer notre soutien public à la production télévisuelle par un financement adéquat lui permettant de rivaliser ou collaborer avec les plateformes de visionnement payantes qui effritent les fondements de notre offre culturelle francophone et de notre identité québécoise de par le peu de productions originales y étant déclenchée.

Autrefois véhicule de prédilection des ménages québécois pour se divertir, s'informer et consommer la culture d'ici, la télévision traditionnelle a amorcé son déclin tranquille il y a quelques années. Aujourd'hui, c'est à la vitesse du son et, bientôt si nous n'agissons pas, ce sera à la vitesse de la lumière que notre télévision continuera son érosion.

Les télédiffuseurs souffrent de l'effritement du marché publicitaire, les cotes d'écoute fléchissent, les plateformes de visionnement se multiplient, la nouvelle génération de jeunes consomme autrement (et différemment) l'information et le divertissement; si bien qu'aujourd'hui, nous nous trouvons dans un moment charnière dans notre histoire.

Il n'est pas exagéré de parler d'une crise qui risque d'entraîner dans son sillage des conséquences fort dramatiques: la marginalisation des contenus francophones dans une mer de contenus anglophones et, plus inquiétant encore, un effritement de la culture québécoise pourtant si riche et distinctive. Comme si le socle de notre identité était menacé.

Ce sort qui guette le secteur télévisuel québécois risque de s'exacerber si la trajectoire n'est pas renversée.

En ce sens, notre organisation fait sienne et se superpose aux revendications historiques et aux propositions documentées et connus de plusieurs organisations gravitant dans l'orbite du système audiovisuel québécois, et culturel, que sont :

- Conseil du Québec de la Guilde canadienne des réalisateurs
- Association québécoise des techniciens et techniciennes de l'image et du son (AQTIS)
- Table de la Concertation de l'Industrie du Cinéma et de la Télévision de la Capitale-Nationale
- Association québécoise de la production médiatique (AQPM)

- Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)

De son côté, ComediHa! veut insister sur d'autres éléments qui l'interpellent plus directement et le préoccupent grandement.

Ce mémoire vise à sensibiliser le gouvernement du Québec aux turbulences qui secouent le secteur audiovisuel québécois et l'urgence d'agir pour que les fondements de notre écosystème québécois se solidifient au moment où les menaces n'ont jamais été aussi vives.

RETOUR SUR LES ENJEUX D'INDUSTRIE

Dans le cadre des consultations prébudgétaires pour l'exercice 2024-2025, le Groupe ComediHa!, souhaite attirer l'attention du gouvernement du Québec sur les défis cruciaux auxquels fait face l'industrie de la production audiovisuelle et télévisuelle, en pleine mutation.

Érosion de la télévision au profit des plateformes de visionnement en ligne

Selon une étude menée par l'Académie de transformation numérique (ATN) de l'Université Laval, ce déclin de la télévision traditionnelle coïncide avec la prolifération et la popularité des plateformes payantes de visionnement en ligne. Dans son Portrait numérique des foyers québécois¹, on y révèle que, pour une deuxième année consécutive, « le taux d'abonnement aux plateformes payantes de visionnement en ligne (68 %) dépasse celui des services de télévision par câble ou par fibre optique (65 %). »

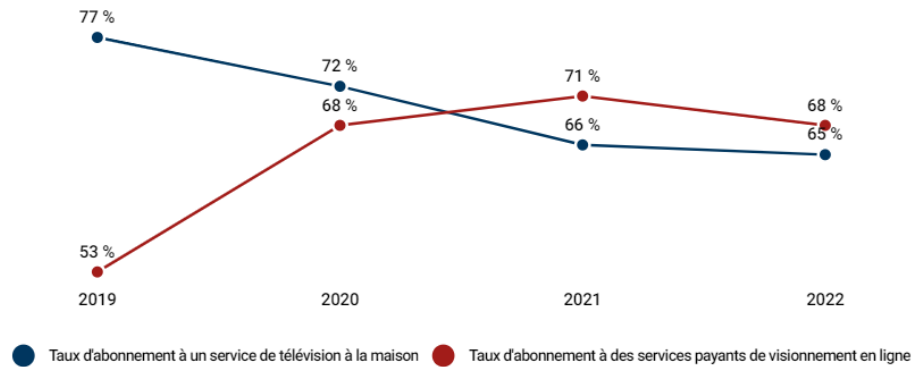
Cette tendance s'observe également du côté musical où des applications comme Spotify viennent drainer les revenus au détriment des artistes québécois qui ne reçoivent que des miettes en redevances. Et moins les redevances sont importantes, moins les artistes québécois peuvent s'illustrer, s'imposer et se tailler une place dans l'écosystème culturel québécois.

Mais revenons à la télévision.

L'ATN nous apprend également que les plateformes payantes de visionnement en ligne - Netflix, Amazon Prime Vidéo et Disney+ de ce monde – s'accaparent une tranche d'utilisation grandissante. Ce pourcentage aurait grimpé à 68 % en 2020 alors qu'il était de 53 % l'année précédente. Si on note un léger fléchissement en 2022 (68 %), on peut assurément affirmer que c'est une question de temps avant que le pourcentage reparte à la hausse et que l'écart se creuse par rapport à la télévision traditionnelle. De son côté, comme l'illustre le tableau suivant, le recul des taux d'abonnement est constant et presque inéluctable.

¹ [Portrait numérique des foyers québécois \(2022\) | Académie de la transformation numérique - \(ulaval.ca\)](https://www.ulaval.ca/numérique)

SERVICES PAYANTS DE VISIONNEMENT EN LIGNE ET SERVICES DE TÉLÉVISION: COMPARAISON DU TAUX D'ABONNEMENT CHEZ LES ADULTES QUÉBÉCOIS



© ATN 2023

Base : adultes québécois (n= 1 073 en 2022, 1 069 en 2021, 1 000 en 2020, 1 004 en 2019)

Question : À la maison, disposez-vous d'un abonnement à un service de télévision (fibre optique ou câblodistribution)?

Question : À la maison, disposez-vous des services d'abonnement payants suivants pour visionner des films ou des séries sur Internet?

ATN Académie de la
transformation
numérique

Toujours selon l'ATN, « depuis 2019, les plateformes qui ont connu les hausses les plus importantes sont les suivantes: Amazon Prime Vidéo (+27 points de %), Crave (+10 points de %) et Netflix (+9 points de %). Bien que Disney+ ne faisait pas partie de notre sondage en 2019, on constate aussi une augmentation de son taux d'abonnement de 14 % à 24 % de 2020 à 2022, soit une hausse de l'ordre de 10 points de pourcentage ».

Pour toutes ces raisons, nos télédiffuseurs sont sous pression et l'impact finira par s'en ressentir sur leur programmation. L'achat de séries, d'émissions de variétés ou de divertissement est souvent ralenti; les télédiffuseurs se tournent vers des productions étrangères achetées bon marché ou encore, ils sont contraints de meubler leur grille d'émissions avec des standards de qualité diminués.

Réalités régionales et main-d'œuvre

Le Québec est un vaste territoire avec des attractions, des sites et des paysages qui méritent d'être mis en valeur. Si l'industrie est massivement concentrée dans la métropole, il n'en demeure pas moins que nos productions doivent se déplacer en régions.

ComediHa!, dont le siège social est situé dans la Capitale-Nationale, plaide depuis longtemps pour la mise en place d'un véritable pôle de production audiovisuelle dynamique pour l'Est du Québec.

En 2015-2016, 28 %² de la production télévisuelle et cinématographique québécoise était produite en dehors de Montréal et Laval. Cinq ans plus tard, la proportion avait chuté à 22 %. Tout indique que cette part a encore diminué, notamment pour des impératifs financiers et de disponibilité de la main-d'œuvre.

Par ailleurs, le cycle de financement actuel de la production régionale étant saisonnier, il induit une sous-activité chronique.

Pour libérer le plein potentiel de l'industrie et permettre une production continue tout au long de l'année, y compris sur la scène internationale, nous plaidons pour une réforme du système de financement qui encourage les tournages en régions, mais aussi qui permette une stabilité.

² Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec, Édition 2022, p. 32

PLAIDOYER POUR UNE TÉLÉVISION FORTE ET VIVANTE

Avec la montée des plateformes payantes de visionnement en ligne, nos remparts traditionnels pour soutenir notre culture sont plus que jamais menacés.

Et pourtant ! S'il y a une industrie qui génère des retombées économiques, c'est bien l'industrie télévisuelle. Selon les données publiées en 2022 par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec en collaboration avec l'Association québécoise de la production médiatique (ACPM), 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 G\$ dont 996 millions proviennent de la production indépendante.

Même si le volume de productions au Québec a crû annuellement de 14%, une part importante d'entre elles (81%) provient de tournages étrangers en sol québécois. Dans les faits, les productions dites domestiques ont plutôt augmenté de 5 % annuellement, notamment grâce au rachat de la chaîne généraliste Noovo par Bell et l'arrivée de Vrai, une nouvelle plateforme de contenus. Bien sûr, il faut encourager des producteurs étrangers à choisir le Québec comme lieu de tournage, mais avec une industrie secouée par de grands bouleversements, les gouvernements doivent impérativement soutenir nos producteurs de contenus francophones dans l'objectif qu'ils bénéficient des tribunes et plateformes de diffusion pour mettre à l'écran leurs œuvres.

On pourrait se réjouir que le nombre de productions aient augmenté dans les dernières années, mais les chiffres occultent une réalité qui s'est détériorée dernièrement. Les compressions récentes annoncées chez les grands télédiffuseurs que sont Ici Radio-Canada, TVA et Bell sont plutôt annonciatrices de mauvaises nouvelles pour les producteurs de contenus québécois et francophones. Pour restreindre les coûts, les télédiffuseurs commandent moins de séries dramatiques, le nombre d'épisodes diminue ou on coupe dans les budgets.

Par ailleurs, le Québec subit une féroce compétition provenant de d'autres juridictions au Canada, en l'occurrence l'Ontario et la Colombie-Britannique. Si le Québec bénéficiait jadis d'un avantage concurrentiel en matière de crédits d'impôt, il accuse désormais un retard préoccupant pour un État qui, au surplus, doit protéger sa spécificité culturelle.

NOS DEMANDES

Le maintien d'une industrie culturelle florissante au Québec, particulièrement en région, passe par une sécurité financière accrue et exige un engagement indéfectible des gouvernements supérieurs.

Rappelons ici que les marges bénéficiaires sont historiquement restreintes dans le milieu audiovisuel si bien que la latitude dont bénéficie les producteurs auprès des télédiffuseurs est pratiquement inexistante. Dans le contexte inflationniste actuel, cette situation s'est amplifiée, ce qui entrave notre capacité à investir et à croître.

Dans son prochain budget 2024-2025, le gouvernement du Québec doit poser des gestes significatifs destinés à déjouer une conjoncture défavorable.

1. Incitatifs pour la production régionale

Pour quiconque souhaite initier des projets en régions, produire hors de Montréal engendre des frais supplémentaires substantiels pour les producteurs, incluant l'hébergement, le transport, les repas et le déplacement des équipements.

Dans ce contexte, nous recommandons vivement de bonifier les incitatifs à la production régionale. De toute façon, il est démontré que l'impact économique et culturel d'un tournage en région dépasse largement les sommes investies.

Voilà pourquoi les subventions destinées à la production régionale devraient être exclusivement réservées aux maisons de production indépendantes contrôlées par des joueurs établis en régions (plus de 150 km de Montréal). Cela permettrait d'éviter que les ressources locales soient monopolisées par des entreprises extérieures pendant les périodes de forte demande, en particulier l'été, ce qui parfois rend impossible la production québécoise.

En effet, les tournages effectués par des entreprises dont le siège social est à l'extérieur des régions concernées ou hors Québec (ex: États-Unis) réduisent l'accès à la main-d'œuvre, aux sites de tournage et aux équipements pour les producteurs locaux. Il est impératif que toute nouvelle mesure fiscale ou bonification incitative tienne compte des répercussions sur les ressources disponibles et sur la viabilité des

entreprises régionales. Notre vraie richesse n'est pas dans la production de services pour les Américains et pour les grands joueurs mondiaux, mais elle réside bien dans la création et la production de contenus originaux à fort potentiel québécois et d'exportation.

2. Renforcer le rôle de Télé-Québec dans la production régionale

En tant que Québécois, nous sommes fiers d'être les ambassadeurs de notre culture et de contribuer à son rayonnement, autant sur la scène nationale qu'internationale.

Le Groupe ComediHa! génère une visibilité significative pour le Québec dans l'espace francophone québécois et mondial. Nous proposons que Télé-Québec, le diffuseur public québécois, devienne un moteur de soutien essentiel à la production régionale, en lien avec les crises actuelles dans les médias.

Nous suggérons que Télé-Québec, un diffuseur national ayant toujours été un partenaire de la production locale, joue un rôle central et structurant dans l'accompagnement de l'industrie. Malheureusement, outre quelques actions parsemées, ce rôle n'est pas pleinement assumé.

Pour cela, la société d'état devrait bénéficier d'une enveloppe de production de contenu bonifiée, afin de financer des contenus adaptés aux nouvelles habitudes d'écoute et de relever le défi de captiver un jeune public. Redoubler d'efforts dans ce sens est essentiel pour assurer la pérennité de notre culture québécoise. Ici, on ne parle pas de quelques millions de dollars, mais bien de dizaines de millions qui sont nécessaires.

3. Problématiques de main-d'œuvre

L'absence de production continue sur une base annuelle pose un problème majeur en matière d'accès à la main-d'œuvre qualifiée.

Dans un contexte concurrentiel, les professionnels recherchent une stabilité d'emploi que les conditions actuelles ne permettent pas.

Cette situation entraîne des difficultés à recruter et à retenir les talents en région, à développer ces derniers et à créer un sentiment d'appartenance envers l'employeur et l'industrie en général.

Voilà pourquoi nous recommandons d'augmenter les crédits d'impôt pour les organisations établies en régions dont les actionnaires ont aussi une résidence principale dans cette même région. Nous suggérons aussi d'élargir les crédits d'impôt sur la masse salariale pour les artisans issus des régions.

4. Mieux soutenir les télédiffuseurs pour l'achat de productions domestiques

Le salut des producteurs audiovisuels passe également par des incitatifs octroyés aux télédiffuseurs pour l'achat de productions domestiques.

À défaut d'un soutien accru aux télédiffuseurs, les producteurs seront contraints de migrer vers les plateformes payantes de visionnement en ligne avec la complexité que cela comporte et avec la conséquence d'accélérer le déclin de notre télévision que nous souhaitons plutôt renverser.

Nous recommandons au gouvernement du Québec de mettre en place un Fonds de télévision québécois pour la production régionale dotée d'une enveloppe de 10 M\$.

CONCLUSION

Tout compte fait, dans un contexte où la culture québécoise doit être valorisée, nous devons collectivement donner à nos producteurs, à nos télédiffuseurs et aux artisans les leviers dont ils ont besoin pour se démarquer dans un marché, certes petit, mais névralgique pour que le talent et la créativité puissent se manifester non seulement dans nos écrans, mais être exportées ailleurs sur la planète.

Pour conclure, nous plaidons pour une prise en compte sérieuse de ces éléments dans votre réflexion budgétaire pour l'année 2024-2025. Investir dans la production régionale, c'est investir dans un Québec culturellement riche et économiquement fort.

Nous vous remercions de considérer notre mémoire et restons disponibles pour toute discussion ultérieure.