



*Mémoire
Consultations prébudgétaires
du Québec
Budget 2024*

17 janvier 2024



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

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.

Chaque année, l'AQPM dépose des demandes auprès du gouvernement du Québec visant à soutenir la production indépendante de propriété intellectuelle québécoise. Cette année, l'AQPM, en collaboration avec le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ), proposent des ajustements structurants aux programmes de Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) et de Crédit d'impôt pour services de production (CIS). La concertation des deux organismes a pour objectif de fédérer leurs membres respectifs autour de mesures qui permettront à la fois à la production nationale de recevoir l'aide nécessaire dans un contexte extrêmement difficile et compétitif tout en positionnant le Québec comme une juridiction attrayante pour l'accueil de tournages étrangers. La firme Demers Beaulne a été mandatée pour élaborer les *Recommandations concertées de l'industrie de la production audiovisuelle* dans un document qui se trouve en annexe. Les demandes en lien avec le CIRQ sont basées en grande partie sur l'étude sur la portée du crédit d'impôt élaborée en 2022 par le cabinet PricewaterhouseCoopers en appui aux représentations prébudgétaires de l'AQPM.

Les secteurs de la production indépendante et celui de la production de services font présentement face à des défis d'une rare envergure. **Dans le présent mémoire, l'AQPM s'attardera uniquement aux enjeux des entreprises québécoises de production indépendante dans le cadre de leurs efforts pour offrir un contenu national mettant en valeur des talents d'ici.** Celles-ci subissent avec force l'impact de la baisse des revenus des télédiffuseurs, la hausse des coûts de production, la flambée des taux d'intérêt et la forte concurrence des services de diffusion étrangers pour retenir l'attention des auditoires québécois de tous les âges. L'AQPM demeure convaincue qu'en ajustant les paramètres du CIRQ qui font maintenant partie intégrante des structures de financement des productions, les entreprises seront en meilleure position pour faire face aux difficultés qu'elles traversent. Ces demandes se résument en cinq points qui seront plus amplement détaillés dans les pages qui suivent, à savoir :

1. Établir le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 % ;
2. Modifier le taux de base pour les « productions de création originale québécoise »
 - Augmenter le taux à 45 % pour les productions admissibles à la bonification pour les productions de langue française (avec un taux effectif minimal à 29,25 % considérant la demande au point 1) ;



- Augmenter le taux à 35 % pour les autres productions originales québécoises (avec un taux effectif minimal à 22,75 % considérant la demande au point 1).
3. Instaurer une nouvelle bonification de 8 % pour les tournages réalisés à l'extérieur du « Grand Montréal » (pour les productions en prise de vue réelle (de type *live action*)).
 4. Hausser le « taux maximal » de crédit d'impôt admissible (actuellement fixé à 66 % et à 62 % selon le type de production) pour tenir compte des demandes formulées aux points 1, 2 et 3.
 5. Instaurer une mesure permanente à l'effet que Revenu Québec verse 80 % du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise réclamé au moment du dépôt de la déclaration fiscale et le solde de 20 % au moment de la vérification finale, plutôt que de verser 100 % du crédit d'impôt à la suite de la vérification finale.

Dès son premier mandat, la Coalition Avenir Québec a placé la culture parmi ses priorités. Cet engagement s'est traduit à maintes reprises par des gestes concrets pour le secteur de l'audiovisuel, d'abord dans le budget historique accordé à la SODEC en mars 2020, puis, par les mesures d'aide déployées pendant la pandémie. Télé-Québec a aussi bénéficié de sommes supplémentaires pour financer la production jeunesse et culturelle au cours des deux dernières années. L'AQPM fait appel encore aujourd'hui à la sensibilité du Gouvernement pour le véhicule à la fois économique et identitaire que représente la culture québécoise. La production télévisuelle et cinématographique de langue française a le pouvoir de rassembler, de nourrir l'imaginaire et de maintenir l'attachement des Québécois à ce qui les distingue comme nation.



État des lieux – la fin des beaux jours

L'industrie de la production audiovisuelle est un moteur économique important pour le Québec. Le profil 2021-2022¹ de l'industrie indique que le volume de production audiovisuelle représentait 2,8 milliards de dollars et qu'elle a fourni près de 57 000 emplois équivalents temps plein directs et dérivés.

La part représentée par la production étrangère et de services dans cet ensemble équivalait à 51 %, soit 1,43 milliards de dollars. Au fil du temps, on remarque que le volume de production attribuable à la production de services est en hausse depuis de nombreuses années, hormis pour l'année 2020-2021 marquée par la pandémie de COVID-19. Cette croissance est cependant révolue. La grève des acteurs et des scénaristes américains de même que la non compétitivité des mesures fiscales mises en œuvre pour attirer les tournages étrangers ont eu raison de cette montée des dernières années.

Pour sa part, la production indépendante québécoise représentait environ 37 % de la valeur totale du volume de production en 2021-2022, soit un peu plus d'un milliard de dollars, une hausse de 7 % par rapport à l'année précédente. Cette augmentation doit toutefois être analysée dans le contexte de la pandémie car elle coïncide avec la reprise des activités de production et l'assouplissement des mesures sanitaires liées à l'évolution de la crise de la COVID-19. Rappelons que lors de la reprise des tournages, les producteurs ont dû appliquer des mesures sanitaires strictes et coûteuses. Le gouvernement du Québec avait alors mis en place, de concert avec la SODEC, un programme d'aide temporaire visant à couvrir une partie de ces coûts additionnels afin de permettre la poursuite des activités. Cette situation a influencé la valeur globale de la production indépendante depuis la pandémie. Fait à noter, le nombre de projets ayant augmenté davantage que la valeur de la production (17 % par rapport à 7 %), la hausse de 66 millions \$ se traduit cependant par une baisse des budgets moyens de près de 10 %.

Malgré le regain postpandémique et l'attachement persistant du public envers la production québécoise, ce portrait statistique fait déjà partie du passé. L'inflation et les taux d'intérêt ont fait bondir les coûts de production. Les programmes d'aide financière temporaire ont pris fin et plusieurs diffuseurs subissent des baisses importantes de revenus qui se répercutent sur l'industrie. Un ralentissement de la demande des télédiffuseurs pour des productions originales est déjà perceptible. Tous ces paramètres créent une conjoncture qui pousse l'industrie québécoise vers la décroissance compromettant de nombreux projets et emplois de même que la situation financière de plusieurs entreprises de production.

Une flamme à entretenir

Ce n'est pas nouveau, le public québécois aime la production télévisuelle et cinématographique d'ici. Malgré l'attrait indéniable des services de diffusion en ligne, les données d'écoute de la

¹ Les données de cette section sont tirées de MARCEAU, Sylvie et JODOIN Mathieu (2023). *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec*. Édition 2023, fait en collaboration avec l'AQPM. [En ligne], Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 137 p. <https://www.aqpm.ca/wp-content/uploads/2023/09/profil-industrie-audiovisuelle-quebec-edition-2023.pdf>



télévision francophone continuent de faire bonne figure en comparaison avec la télévision de langue anglaise. À preuve, sur les 31 productions financées par le Fonds des médias du Canada en 2022-2023 qui ont franchi la barre du million de téléspectateurs, 29 étaient en langue originale française et seulement deux en anglais² dont l'une était d'ailleurs produite au Québec. De plus, le 31 décembre dernier, 4,5 millions de téléspectateurs ont regardé le *Bye Bye 2023* qui continue, année après année, à engendrer des records d'auditoires.

La cinématographie québécoise s'est elle aussi démarquée au cours de la dernière année et les succès se sont traduits par d'impressionnantes recettes-guichet. Six longs métrages ont dépassé le million de dollars de revenus en salle dont un film jeunesse, *Katak le brave béluga* (10^e Ave Productions) de même que *Le temps d'un été* (Attraction), *Les hommes de ma mère* (Jessie Films) *Simple comme Sylvain* (Métafilms), *Testament* (Cinémaginaire) et *Ru* (Amalga), l'adaptation du roman de Kim Thúy. Une telle situation ne s'était pas produite depuis 2011.³

Comme dans toute histoire d'amour, il importe d'alimenter la flamme pour la maintenir en vie. Pour celle qui existe entre le public québécois et la production audiovisuelle nationale, cela signifie être présent sur la totalité des écrans avec de nombreuses émissions et longs métrages bien financés, susceptibles de compétitionner avec le contenu étranger sur le marché local d'abord, puis étranger.

Or, de plus en plus d'obstacles entravent le chemin entre les entreprises de production québécoises et le public qu'elles tentent de rejoindre. La montée du bilinguisme de la jeune génération, la popularité des plateformes en ligne qui n'offrent que peu ou pas de contenu de langue originale française, la flambée des coûts de production et des taux d'intérêts de même que la décroissance des ressources permettant de répondre à la demande en sont les exemples les plus probants. Les défis sont nombreux et le contexte peu favorable à l'épanouissement de la production nationale.

Des habitudes d'écoute en grande mouvance

Selon les données de l'Observateur des technologies médias (OTM), on assiste présentement à une stabilisation de l'évolution des habitudes d'écoute chez les adultes dans le marché francophone. En effet, à l'échelle canadienne, 72 % des adultes francophones étaient abonnés à un service de télévision linéaire au printemps 2023, une proportion plus élevée que celle observée pour le marché anglophone (66 %). 71 % des adultes canadiens francophones étaient aussi abonnés à au moins un service de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), une proportion moins élevée que les adultes anglophones (81%) et légèrement moins élevée que les abonnements à la télévision linéaire.⁴

Au niveau du nombre d'heures d'écoute, la population francophone consacre plus du double d'heures à l'écoute de la télévision linéaire qu'à l'écoute des services VSDA. Seul le groupe d'âge

² [Rapport annuel FMC, 2022-2023](#), p. 11

³ <https://www.filmsquebec.com/entrees-en-salles-2011-films-quebécois/>

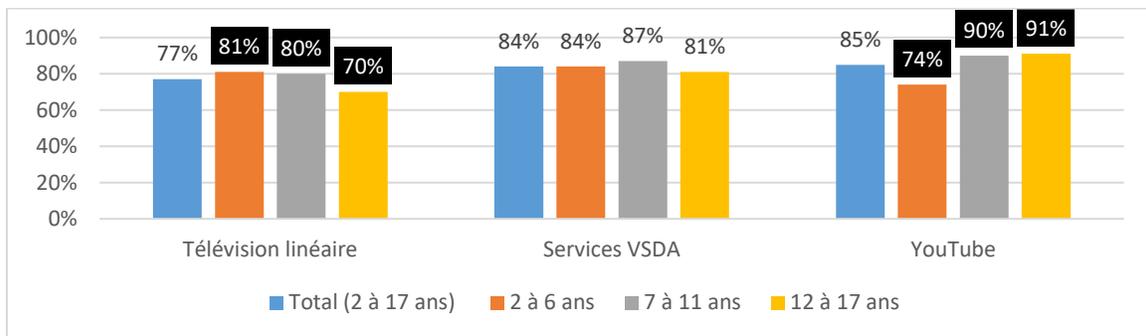
⁴ Source : OTM Printemps 2011 au printemps 2023



des 18-34 ans consacre plus de temps (un peu plus de deux heures par semaine) aux services VSDA qu'à la télévision traditionnelle.

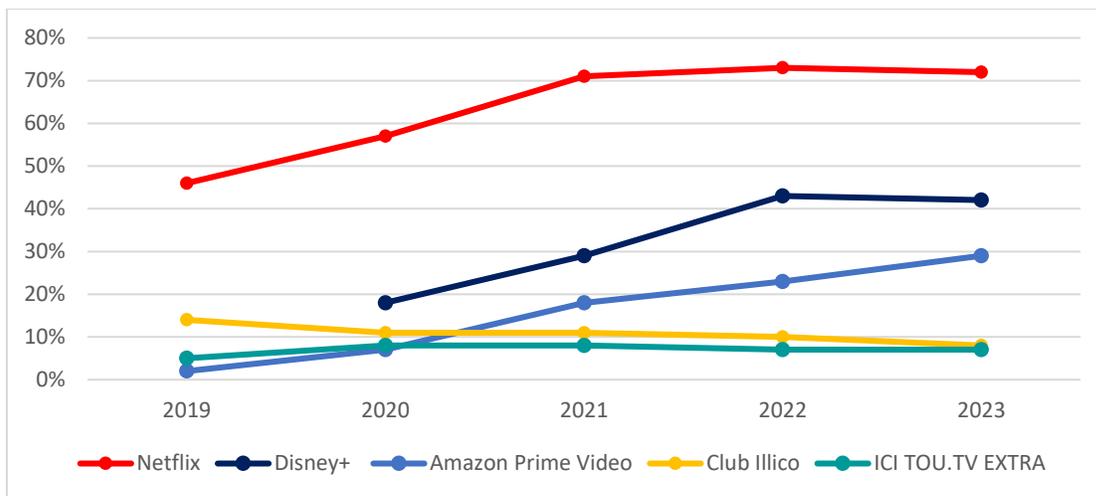
L'attraction et la rétention des publics âgés de 2 à 17 ans demeurent un défi jusqu'ici inégalé. Selon un rapport de l'OTM Junior datant du 5 décembre 2023, les enfants entre 2 et 6 ans et ceux de 7 à 11 ans visionnent la télévision traditionnelle dans des proportions similaires (81 % et 80 %), tandis que les 12 à 17 ans l'écoutent dans une proportion plus basse (70 %). La télévision linéaire est la source de contenu la moins prisée pour la moyenne des 2 à 17 ans. Plus ils vieillissent, moins les jeunes utilisent la télévision linéaire et plus ils préfèrent YouTube. Les jeunes de 7 à 11 ans sont les plus grands utilisateurs des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) en 2023. L'utilisation de YouTube varie selon les groupes d'âge : alors que 91 % des 12 à 17 ans et 90 % des 7 à 11 ans l'écoutent de façon mensuelle, cette proportion est de 74 % chez les 2 à 6 ans.

**Visionnement de la télévision linéaire, des services VSDA et de YouTube (mensuel)
par groupe d'âge, marché francophone, 2023 (%)**



Parmi les services de VSDA consommés par les jeunes entre 2 et 17 ans, les plateformes étrangères suscitent un intérêt nettement supérieur que leurs contreparties canadiennes et québécoises. Selon le rapport de l'OTM Junior, la proportion des jeunes écoutant mensuellement le service local ICI TOU.TV EXTRA se maintient sous la barre des 10 %, alors que Club Illico tombe sous ce seuil pour la première fois depuis 2019. Les services locaux en ligne demeurent bien en deçà des proportions observées pour les plateformes étrangères qui n'offrent pour ainsi dire aucune programmation de langue originale française québécoise pour les enfants.

Utilisation des services de VSDA chez les 2 à 17 ans, marché francophone, 2019-2023 (%)



*La plateforme Disney+ a été lancée le 12 novembre 2019

Il va sans dire que la montée du bilinguisme au sein de la jeune génération facilite leur consommation de contenu étranger anglophone. En 2023, près de la moitié (47 %) des jeunes francophones de 2 à 17 ans écoute des films ou des émissions en anglais tous services et plateformes confondus (télévision traditionnelle, services de VSDA et visionnement en ligne) dans une semaine type. Cette proportion est la plus élevée chez les 12 à 17 ans (58 %), suivie des 2 à 6 ans (45 %), puis des 7 à 11 ans (37 %).

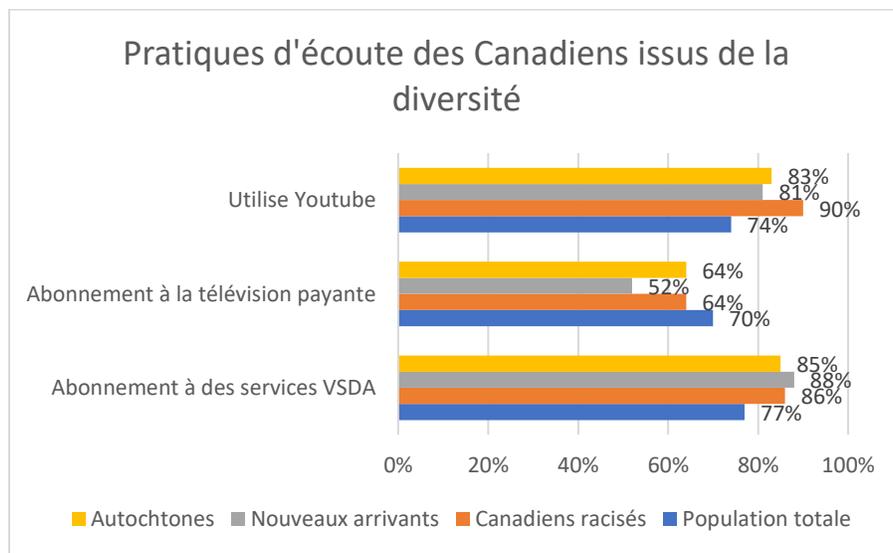
Les jeunes francophones ont d'ailleurs rattrapé et même légèrement dépassé les jeunes anglophones pour l'utilisation de plusieurs services en ligne en 2023. L'utilisation de la VSDA chez les francophones de 2 à 17 ans dépasse désormais de deux points de pourcentage (84 % contre 82 %) celle des anglophones. L'utilisation de Netflix par les jeunes francophones, beaucoup plus basse il y a cinq ans, a également rattrapé le niveau des jeunes anglophones en 2021, le dépassant pour la première fois en 2023. C'est également la première année (depuis 2019) où l'utilisation de YouTube est plus élevée dans le marché francophone (85 %) qu'anglophone (83 %).

Malgré tout, bien que le visionnement de la télévision soit en baisse tant pour les jeunes anglophones que francophones, ces derniers demeurent en proportion plus nombreux à écouter la télévision traditionnelle. Plusieurs sont d'ailleurs familiers avec l'offre de programmation jeunesse de Télé-Québec, donnée nouvellement mesurée par l'OTM en 2023. L'offre dédiée aux 2 à 11 ans est mieux connue que celle s'adressant aux 12 à 17 ans (à la hauteur de 68 %, comparativement à 87 % pour les 2 à 6 ans et à 84 % pour les 7 à 11 ans).

AOPM

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, l'avenir de la production francophone est incertain. Nous avons 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 expose leur réalité en français.

Il y a également plusieurs défis pour rejoindre les communautés racisées et les nouveaux arrivants dont l'intérêt est plus marqué pour les contenus étrangers. Alors que 70 % des Canadiens sont abonnés à la télévision payante, les nouveaux arrivants ne le sont qu'à 52 %. 90 % des Canadiens racisés utilisent YouTube, une proportion de 14 points plus élevée que la population en général. Alors que 91 % de la population née au Canada possède un téléviseur, cette proportion n'est que de 64 % chez les nouveaux arrivants. 46 % des nouveaux arrivants écoutent la télévision en ligne exclusivement, par l'entremise de différents sites et services de diffusion en continu. Il s'agit là d'une proportion deux fois plus élevée que celle observée pour la population née au Canada.⁵



Source : OTM

⁵ Les nouveaux arrivants sont définis par l'OTM comme des personnes arrivées au Canada au cours des cinq dernières années ce qui inclut les citoyens canadiens, les résidents permanents, les étudiants internationaux, les travailleurs étrangers temporaires, les demandeurs du statut de réfugié et autres résidents non permanents.



Un contexte économique intenable

L'évolution des habitudes d'écoute des dernières années, s'est traduite par une baisse substantielle des revenus publicitaires des télédiffuseurs et des abonnements à la câblodistribution, sources de financement principales de la production télévisuelle francophone. La situation a atteint un point critique qui a mené, en 2023 seulement, à une flambée de coupures majeures chez Bell Média, au sein du Groupe TVA et plus récemment à la Société Radio-Canada.

Moins de revenus pour les diffuseurs signifie automatiquement moins de financement pour les productions d'ici et les retombées se font déjà sentir au sein de la production indépendante québécoise. Il ne peut en être autrement puisque la part occupée par les licences des télédiffuseurs dans les devis des productions francophones varie entre 44 % et 55 % selon le genre. 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. Les productions anglophones, quant à elles, peuvent essayer de compenser les manques à gagner à l'aide d'avances de distribution et de préventes internationales qui sont davantage à leur portée en raison de la plus grande facilité d'exportation du contenu anglophone.

Pour arriver à boucler le financement des productions, les entrepreneurs québécois doivent non seulement injecter, avant même de les recevoir, la totalité de leurs crédits d'impôt (dont la portion provinciale représente environ 15 % des devis), 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. 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 pourtant de budgets trois ou quatre fois plus élevés.

À ce titre, le tableau suivant illustre de la disparité qui existe entre les devis des séries télévisuelles de langue anglaise et ceux des séries de langue française financées par le Fonds des médias du Canada (FMC). Le FMC est le plus important bailleur de fonds de la production audiovisuelle canadienne. Il est alimenté par des contributions des entreprises de câblodistribution et de Patrimoine canadien. Le financement du FMC représente en moyenne 8 % du budget d'une production.



Devis moyens des séries télévisuelles soutenues par le FMC, 2012-2013 à 2022-2023

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Devis moyens par heure \$k											
Français											
Enfants et jeune	146	154	132	145	139	139	167	196	219	233	269
Documentaire	141	136	127	133	131	127	125	131	137	143	148
Dramatique	431	432	454	456	434	455	475	490	546	626	620
Variété et arts de la scène	204	215	224	214	230	248	209	199	218	325	343
Anglais											
Enfants et jeune	425	466	532	670	483	314	576	521	528	832	857
Documentaire	296	293	311	318	402	339	361	347	294	387	350
Dramatique	1 577	1 647	1 541	1 612	1 745	1 989	2 044	2 017	2 227	2 430	2 463
Variété et arts de la scène	240	409	220	238	429	205	497	401	453	339	436

Source : FMC, Septembre 2023

Plusieurs signaux indiquent que l'année 2023 a été marquée par un ralentissement de la production indépendante. Par exemple, au cours des deux dernières années, le lancement de la plateforme VRAI de Québecor, l'achat de Noovo par Bell média et l'élargissement de l'offre de contenus francophones du service CRAVE avaient accéléré la demande des diffuseurs québécois pour du contenu national. Aujourd'hui, tous les télédiffuseurs ont allégé leur carnet de commandes créant une baisse notable du nombre de productions mises en œuvre.

Au Québec, les conséquences de la baisse du nombre de productions et les coupures chez les télédiffuseurs ne sont pas qu'économiques. Elles ont également un effet dévastateur sur le plan culturel. Comme le disait le chroniqueur Stéphane Laporte dans un article récent⁶ : « *La télévision a toujours été un trait d'union, la représentation de ce que nous sommes. Ce n'est pas juste l'industrie télévisuelle québécoise qui est menacée de disparaître, c'est l'identité québécoise elle-même qui est en danger* ».

Sans un soutien important des gouvernements et des bailleurs de fonds publics et privés pour faire face au maelström, l'industrie de la production audiovisuelle de langue française périlitera au détriment des entrepreneurs et des professionnels qui y œuvrent, des auditoires fidèles et de la vitalité de la culture québécoise et francophone. N'oublions pas non plus que la télévision offre une vitrine à plusieurs formes d'art comme la musique, la littérature, l'humour, la danse et les autres arts de la scène.

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 les deux dernières puisque les devis sont non seulement sensibles à la hausse des salaires, mais également à celle de tous les éléments

⁶ <https://www.lapresse.ca/actualites/chroniques/2023-11-05/vision.php>



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 variant de 30 % à 40 % en comparaison avec les budgets datant d'avant la pandémie. 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.

Le financement intérimaire obtenu auprès des institutions bancaires permet au producteur d'obtenir les liquidités nécessaires pour défrayer les dépenses liées à la production. En effet, 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. De plus, le paiement des sommes octroyées par les diffuseurs ou les divers fonds subventionnaires est échelonné sur plusieurs mois selon les dates des divers livrables auxquels sont soumises les productions. Alors que les taux d'intérêt grimpent en flèche, les frais bancaires assumés par les producteurs suivent une ascension parallèle. Ils sont passés d'un taux de 4 % d'intérêt à environ 9 %. Cela fait une différence entre une production qui génèrera un peu de bénéfices à l'entreprise et un déficit qu'elle devra au contraire assumer.

À titre d'exemple, un producteur nous a rapporté que pour la première saison d'une série de fiction de 24 épisodes, les frais de financements initialement estimés à 201 000 \$ avant le printemps 2022 ont en fait atteint 403 000 \$ en fin de parcours. Sur la troisième saison d'une série de fiction jeunesse de 12 épisodes de 30 minutes, les frais estimés originalement à 40 000 \$ sont rapidement passés à 73 000 \$, soit une augmentation de 33 000 \$. Rappelons que le budget d'une production est déposé plusieurs mois, voire un an avant le début des activités de tournage et qu'il peut s'écouler presque trois ans entre le début et la fin d'un prêt bancaire.

Les dépassements de coûts sont fréquents et de plus en plus grands. Ils sont, dans la plupart des cas, absorbés par les entreprises de production indépendantes qui investissent une portion grandissante de leurs honoraires et de leurs frais d'administration pour les assumer, fragilisant ainsi leur pérennité et leur capacité à investir dans le développement de projets et de nouveaux talents. Aux prises avec la hausse des coûts et avec les exigences des diffuseurs, les producteurs n'ont d'autres choix que de renoncer à des éléments créatifs d'envergure affectant ainsi la qualité de leurs contenus ou d'absorber une part encore plus importante de l'excédent budgétaire. Dans les deux cas, ils sont perdants.

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.

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

Parmi les outils à la disposition du gouvernement du Québec pour soutenir l'industrie de la production audiovisuelle, le crédit d'impôt pour production cinématographique et télévisuelle



québécoise (CIRQ) et le crédit d'impôt pour services de production (CIS) jouent un rôle déterminant dans la vitalité de notre secteur. Il s'agit d'une mesure stable et prévisible.

Dans le cas des productions nationales, les crédits d'impôt sont même essentiels pour compléter les structures de financement des productions alors qu'ils furent d'abord établis, en 1991, pour favoriser la capitalisation des entreprises québécoises de production indépendante. 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 plus offrir de contenus originaux aux Québécois.

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

L'an dernier, l'AQPM a mandaté la firme PricewaterhouseCoopers (PwC) pour effectuer une analyse du CIRQ en fonction des dépenses réelles en main-d'œuvre effectuées par les entreprises de production. PwC a comparé également le CIRQ avec les avantages fiscaux offerts par 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.

Au cours de la dernière année, l'AQPM a eu plusieurs discussions avec des représentants du ministère de la Culture et des Communications de même qu'avec ceux du ministère des Finances afin de faire valoir les recommandations émises dans le rapport de PwC. Depuis, l'AQPM et le BCTQ ont convenu de réunir leurs principales demandes en lien avec les deux programmes de crédit d'impôt provinciaux et d'apporter quelques ajustements à leurs demandes initiales, au bénéfice du secteur de la production indépendante et de celui de la production de services. L'ensemble de ces demandes sont détaillées et chiffrées dans le document préparé par la firme Demers Beaulne disponible en annexe.

À titre de représentante des entreprises de production indépendantes du Québec, l'AQPM s'attardera uniquement aux items touchant le programme destiné au soutien des productions cinématographiques et télévisuelles québécoises.

1. Établir le plafond des dépenses admissibles pour la main-d'œuvre à 65 %.

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'animation⁷. 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 et les coûts de la main-d'œuvre. Cette situation contraint les producteurs à apporter des ajustements qui ont des impacts

⁷ 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.



significatifs sur la qualité des œuvres et conséquemment, sur leur attrait pour le public de même que sur leur potentiel commercial. De 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 il 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.

[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 devenu impossible 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, essentiellement des productions cinématographiques, de même que pour celles en format géant. Il n'en demeure pas moins, qu'un nombre important de productions se retrouvent dans la catégorie « autres productions » pour laquelle le taux de base n'est que de 32 %. L'AQPM demande conséquemment 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 talk-shows⁸.

À titre d'exemple, une série dramatique de langue française dont le budget est de 7 millions de dollars et dont la part de main-d'œuvre admissible correspond à 60,1% pourrait présentement s'attendre à recevoir un crédit d'impôt de 1,12 millions de dollars avec le taux de base de 32 % plafonné à 50 % des dépenses de main-d'œuvre. Si les taux de base étaient rétablis selon les recommandations de l'AQPM et que l'on élargissait la bonification pour les productions de langue française aux séries dramatiques, cette même série passerait à un taux de base de 45 % et pourrait recevoir un crédit d'impôt de 1,58 millions de dollars. Si en plus on élevait le plafond applicable aux dépenses de main-d'œuvre à 65 %, le crédit d'impôt à recevoir serait de 1,89 millions de dollars, soit une augmentation du niveau d'aide fiscale de 69 %. Les effets d'une telle hausse du soutien du gouvernement se transposeraient de manière immédiate à l'écran.

⁸ Le gouvernement pourrait de plus changer la définition de « productions en langue française » pour y inclure les séries télévisuelles ce qui les rendrait encore plus compétitives dans un marché extrêmement difficile.



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 l'étude de PwC de 2022, la firme 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-Écosse⁹.

L'AQPM demande au gouvernement de modifier le taux de base pour les « productions de création originale québécoise »

- **Augmenter le taux à 45 % pour les productions admissibles à la bonification pour les productions de langue française (avec un taux effectif minimal à 29,25 % considérant la demande au point 1)**
- **Augmenter le taux à 35 % pour les autres productions originales québécoises (avec un taux effectif minimal à 22,75 % considérant la demande au point 1)**

3. [Instaurer une nouvelle bonification de 8 % pour les tournages réalisés à l'extérieur du « Grand Montréal » \(pour les productions en prise de vue réelle \(de type *live action*\)\).](#)

À chaque année, les régions du Québec servent de décor à de nombreuses productions télévisuelles et cinématographiques. Ce fut notamment le cas récemment pour les Îles-de-la-Madeleine (*Au revoir le bonheur* (Christal Films) et *Détective Surprenant* (Productions Version 10)), le Bas-St-Laurent avec *Le temps d'un été* (Attraction Images), la Capitale-Nationale (*À propos d'Antoine* de ComédiHa!) *Arlette!* (Caramel Films)) et le Saguenay-Lac-St-Jean (*Maria*

⁹ Voir aux pages 36 et 37 de l'analyse de PwC



Chapdelaine (Item 7 et Multipix). On assiste également à une augmentation des tournages effectués dans les communautés autochtones du Québec situées en Abitibi ou encore sur la Côte-Nord.

Lors de tournages en région, les frais d'hébergement et de déplacement occupent une part importante des devis de production sans que ceux-ci ne soient nécessairement plus élevés. Les contraintes liées à la disponibilité de la main-d'œuvre et des entreprises de services techniques obligent les producteurs à délocaliser leurs ressources. Cette réalité est vraie pour les sociétés de production établies à Montréal et pour celles dont le siège social est établi en région. Il s'agit de sommes consacrées à des postes autres que créatifs et qui ne sont pas reflétés à l'écran.

D'autres provinces sont présentement dotées de bonifications pour les tournages effectués en région dans leur arsenal de mesures fiscales. Cette bonification a pour effet de désengorger les centres urbains des nombreux tournages qui prennent d'assaut les lieux publics et de développer un bassin de main-d'œuvre plus important en dehors des métropoles, sans compter leur impact sur l'économie locale. Les tournages en région sont également très appréciés par les productions étrangères qui se déroulent dans des décors plus champêtres. La présence d'une bonification pour les tournages en région peut faire une grande différence dans le choix d'une province de tournage plutôt qu'une autre et présentement, le Québec n'est pas compétitif à ce niveau. La situation est telle, que même les productions de propriété intellectuelle québécoise de langue anglaise sont plus avantagées sur le plan fiscal si elles tournent en Ontario, à l'extérieur de la grande région de Toronto.

L'ajout d'une bonification de 8 % pour les tournages en région dans le crédit d'impôt pour les productions cinématographiques et télévisuelles québécoises favoriserait la récurrence des tournages en région, elle contribuerait à l'augmentation du nombre de professionnels de l'audiovisuel hors des grands centres et elle mettrait davantage à l'écran la diversité des paysages qui nous distinguent. Elle faciliterait du même coup la présence des communautés autochtones du Québec à l'écran.

L'AQPM insiste sur le fait **qu'une telle bonification doit être accessible à tous les producteurs du Québec, indépendamment de la localisation géographique de leur siège social.** Il serait dommageable qu'un producteur Montréal soit plus avantagé en tournant en Outaouais qu'un producteur établi à Gatineau. De plus, il est impératif que les producteurs régionaux qui bénéficient de la bonification régionale déjà présente dans le programme de CIRQ conservent l'avantage concurrentiel qu'elle leur confère. Il s'agit d'un incitatif important dans les critères des télédiffuseurs pour avoir recours aux producteurs régionaux plutôt qu'à un producteur montréalais.

4. Hausser le « taux maximal » de crédit d'impôt admissible

Considérant les demandes formulées aux points 1, 2 et 3, le taux maximal actuellement fixé à 66 % et à 62 % selon le type de production devra être revu à la hausse pour tenir compte des demandes formulées au point 1, 2 et 3.



5. [Instaurer une mesure permanente à l'effet que Revenu Québec verse 80 % du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise réclamé au moment du dépôt de la déclaration fiscale et le solde de 20 % au moment de la vérification finale, plutôt que de verser 100 % du crédit d'impôt à la suite de la vérification finale.](#)

L'AQPM a précédemment fait mention des graves conséquences de la hausse vertigineuse des taux d'intérêt sur la santé financière des entreprises ainsi que sur les concessions artistiques qu'ils impliquent. Seules les institutions bancaires profitent présentement de la situation qui s'effectue au détriment de la qualité artistique des œuvres produites.

Une grande partie des emprunts que les producteurs doivent contracter dans le cadre d'une production sert à financer les montants des crédits d'impôts à recevoir. Ainsi, la dernière demande formulée par l'AQPM concerne les délais de traitement des demandes par Revenu Québec. Pendant la pandémie, Revenu Québec a temporairement octroyé 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 s'effectue, pour lui, à coût nul. Elle est néanmoins d'une grande importance dans le devis d'une production.

Le coût fiscal des demandes d'ajustement du CIRQ

Les recommandations détaillées dans le présent mémoire font partie d'un ensemble d'ajustements proposés aux programmes de Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) et de Crédit d'impôt remboursable pour services de production (CIS). Ceux-ci font l'objet du document *Recommandations concertées de l'industrie de la production audiovisuelle*, préparé par Demers Beaulne et disponible en annexe.

Le coût fiscal des demandes concernant uniquement le CIRQ équivaut à 76,1 millions de dollars, soit 48,6 millions pour l'augmentation du taux de base, 22,2 millions pour la hausse du plafond de la main-d'œuvre à 65 % et 5 millions de dollars pour la bonification pour les tournages hors «Grand Montréal ». Les données sont basées sur les hypothèses avancées dans l'étude réalisée par PwC pour l'AQPM en 2022. Il importe de tenir compte du fait qu'au moment où ces calculs ont été faits, l'industrie laissait présager une croissance alors que la tendance est présentement inversée. En effet, les données préliminaires de 2023 obtenues de la SODEC indiquent une tendance à la baisse du volume de production québécoise par rapport à l'année civile 2022¹⁰. On peut donc présumer que le coût fiscal réel des demandes touchant le CIRQ enregistrera une baisse proportionnelle à celui du volume production sur la même période.

Le gouvernement du Québec perçoit des impôts sur les salaires versés aux professionnels qui œuvrent sur les productions de même que des taxes de ventes sur les produits que ces derniers

¹⁰ Données de la SODEC, Statistiques sur les crédits d'impôts remboursables en audiovisuel par année civile, 2015 à 2023.



consomment. Toutefois, les avantages à soutenir la production audiovisuelle indépendante par l'intermédiaire du crédit d'impôt vont bien au-delà de l'activité économique qu'elle génère. Le Premier ministre Legault a d'ailleurs lui-même reconnu la double nature des industries culturelles lors du discours d'ouverture de la première session de la 42^e législature de 2018 :

« Le nouveau gouvernement prône un nationalisme rassembleur, dont l'objectif est d'assurer le développement économique de la nation québécoise à l'intérieur du Canada, tout en défendant avec fierté son autonomie, sa langue, ses valeurs et sa culture.

Et parlant de notre langue et de nos valeurs, je veux vous parler de culture.

La culture, c'est l'âme d'un peuple.

La culture, ça fait partie de ce qu'on est.

La culture, ça fait partie du bonheur de vivre.

La culture québécoise nous rend fiers.

Et la culture, c'est aussi un important moteur économique dans toutes les régions du Québec et une formidable vitrine pour le Québec dans le monde.¹¹»

¹¹ https://www.quebec.ca/premier-ministre/actualites/detail?tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Bnews%5D=66&cHash=ee2bd888f17e493dfb30eb2aca266a6b



Annexe

Voir document joint : Recommandations concertées de l'industrie de la production audiovisuelle, Novembre 2023, préparé par Demers Beaulne