



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

# **EXAMEN DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE**

## **Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gordon Brown**

**JUIN 2015**

**41<sup>e</sup> LÉGISLATURE, DEUXIÈME SESSION**

---

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes

### **PERMISSION DU PRÉSIDENT**

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

# **EXAMEN DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE**

## **Rapport du Comité permanent du patrimoine canadien**

**Le président**

**Gordon Brown**

**JUIN 2015**

**41<sup>e</sup> LÉGISLATURE, DEUXIÈME SESSION**



# COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN

## PRÉSIDENT

Gordon Brown

## VICE-PRÉSIDENTS

L'hon. Stéphane Dion

Pierre Nantel

## MEMBRES

Rick Dykstra

Jim Hillyer

Rathika Sitsabaiesan

Kennedy Stewart

John Weston

Terence Young

David Yurdiga

## AUTRES DÉPUTÉS AYANT PARTICIPÉ

Marjolaine Boutin-Sweet

Garry Breitkreuz

Matthew Kellway

Chungsen Leung

Hoang Mai

Peggy Nash

Bev Shipley

Lawrence Toet

## GREFFIÈRE DU COMITÉ

Cynara Corbin

## BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

### Service d'information et de recherche parlementaires

Michael Dewing, analyste

Marion Ménard, analyste



# **LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN**

a l'honneur de présenter son

## **QUATORZIÈME RAPPORT**

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a étudié l'industrie canadienne du long métrage et a convenu de faire rapport de ce qui suit :



# TABLE DES MATIÈRES

---

LISTE DES ACRONYMES.....	1
EXAMEN DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE.....	3
Chapitre 1 : Introduction et mandat du Comité .....	3
Le rapport du Comité.....	4
Chapitre 2 : Portrait général de l'industrie du long métrage .....	4
Les législations.....	5
Le soutien financier .....	5
Les institutions nationales .....	6
Les politiques nationales .....	6
Chapitre 3 : La production de films au Canada.....	7
La production cinématographique canadienne.....	7
La production étrangère .....	8
Les crédits d'impôt .....	9
Téléfilm Canada .....	14
La coproduction audiovisuelle régie par traité .....	16
Le développement de nouveaux talents.....	17
Les travailleurs étrangers .....	19
Chapitre 4 : La distribution et la commercialisation.....	19
La Politique de 1988.....	20
Enjeux relatifs à la commercialisation des longs métrages canadiens .....	21
Chapitre 5 : La diffusion .....	25
Les salles de cinéma.....	25
La télévision.....	26
La vidéo sur demande et les services de contournement.....	28
Les services de contournement.....	29
Les festivals.....	30
LISTE DES RECOMMANDATIONS.....	32
ANNEXE A : LISTE DES TÉMOINS.....	35
ANNEXE B : LISTE DES MÉMOIRES .....	39
DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT .....	41

OPINION COMPLÉMENTAIRE DU NOUVEAU PARTI DÉMOCRATIQUE DU CANADA.....	43
OPINION COMPLÉMENTAIRE DU PARTI LIBÉRAL DU CANADA.....	47

## Liste des acronymes

ACTRA	Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists
ACDEF	Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films
ACPM	Association canadienne de production médiatique
AIES	Alliance internationale des employés de scène
APFC	Alliance des producteurs francophones du Canada
AQPM	Association québécoise de production médiatique
ARC	Agence du revenu du Canada
BCPAC	Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens
CAC	Conseil des arts du Canada
CHPC	Comité permanent du patrimoine canadien
CIPC	Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne
CISP	Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
eOne Canada	Entertainment One Canada

ÉIN	Émissions d'intérêt national
FIFT	Festival international du film de Toronto
FMC	Fonds des médias du Canada
GCR	Guilde canadienne des réalisateurs
MAECD	Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada
MPPIABC	Motion Picture Production Industry Association of British Columbia
MTAC	Movie Theatre Association of Canada
ONF	Office national du film du Canada
RDIFQ	Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles
UDA	Union des artistes
VFX	Effets visuels

# EXAMEN DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE

---

## Chapitre 1 : Introduction et mandat du Comité

En 2005, le Comité permanent du patrimoine canadien (« le Comité ») a mené une étude approfondie sur l'industrie du long métrage en 2005. Dans son rapport intitulé [\*Scénario, grand écran et auditoire : Une nouvelle politique du film pour le 21<sup>e</sup> siècle\*](#), le Comité a souligné que le Canada avait « le talent et les moyens de développer une industrie du cinéma de qualité, dynamique et rentable<sup>1</sup> ». Le Comité a voulu faire un retour sur le chemin parcouru depuis 10 ans. Il a voulu se pencher à nouveau sur les enjeux et défis auxquels l'industrie canadienne du long métrage est confrontée. Le 16 février dernier, il adoptait la motion suivante :

Que conformément à l'article 108(2) du Règlement, le Comité entreprenne un examen de l'industrie canadienne du long métrage afin : a) d'analyser l'efficacité des programmes de financement du gouvernement; b) de chercher des façons de promouvoir la valeur de l'industrie, la qualité des services de production offerts au Canada et le contenu exceptionnel créé par les Canadiens; c) de formuler des recommandations au gouvernement sur l'aide accordée à l'industrie cinématographique canadienne, et de faire part de ses conclusions à la Chambre<sup>2</sup>.

Au total, l'étude du Comité s'est étalée sur 8 réunions, au cours desquelles il a entendu 51 témoins et reçu 10 mémoires.

Un consensus s'est dégagé lors de notre étude sur le fait que le Canada est désormais un joueur reconnu à travers le monde dans le domaine du cinéma. Nos films sont primés dans les festivals tandis que les producteurs, réalisateurs et scénaristes sont reconnus à l'échelle mondiale. Par ailleurs, des acteurs canadiens jouent un rôle de premier plan dans de grandes productions internationales. Il n'est pas exagéré d'affirmer que l'industrie canadienne du long métrage est un porte-étendard de la culture canadienne.

Toutefois, l'industrie canadienne du long métrage est soumise à des enjeux de taille, dont plusieurs découlent de la diversification des plateformes de diffusion, qui ne se limitent plus aux salles de cinéma et la télévision. La multiplication des choix offerts aux consommateurs entraîne une évolution des comportements qui obligent l'ensemble des joueurs de l'industrie, y compris les bailleurs de fonds, à redéfinir leurs approches stratégiques et leur position particulière dans la chaîne des valeurs.

---

1 Comité du patrimoine canadien [CHPC], [\*Scénario, grand écran et auditoire : Une nouvelle politique du film pour le 21<sup>e</sup> siècle\*](#), novembre 2005, p. 3.

2 CHPC, [\*Procès-verbal\*](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, séance n<sup>o</sup> 32, 16 février 2015.

## Le rapport du Comité

Dans la première partie de son rapport, le Comité présente un bref portrait économique de l'industrie canadienne du long métrage. Dans les parties subséquentes, nous présentons une synthèse des principaux enjeux et défis soulevés par des représentants des trois principaux maillons de la chaîne de valeur de l'industrie canadienne du long métrage : la production, la distribution et la diffusion. Le Comité propose des recommandations à la fin du rapport.

Le Comité remercie les participants à notre étude qui ont pris le temps de nous faire des suggestions pour promouvoir la valeur de l'industrie canadienne du long métrage et améliorer l'efficacité des programmes d'aide du gouvernement.

## Chapitre 2 : Portrait général de l'industrie du long métrage

L'Association canadienne de la production médiatique (ACPM) définit un long métrage comme un film « scénarisé, développé, produit et mis en marché dans le but d'être présenté au cinéma d'abord<sup>3</sup> ». Il s'agit généralement d'une production de 75 minutes et plus<sup>4</sup>.

Le secteur du long métrage au Canada se compose de deux secteurs distincts : les productions cinématographiques canadiennes certifiées comme telles par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et les films réalisés au Canada pour le compte de sociétés étrangères.

Selon l'ACPM, la production cinématographique canadienne s'élevait à 376 millions de dollars en 2013–2014. Ce volume d'activité soutenait 8 100 équivalents à temps plein au Canada. Au cours de la même période, la production étrangère et les services de production se chiffraient à 857 millions de dollars et soutenaient environ 18 000 équivalents à temps plein au Canada<sup>5</sup>. En additionnant les deux volets, l'industrie canadienne du long métrage a une capacité de production de 1,2 milliard de dollars<sup>6</sup>.

Jean-François Bernier, directeur général, Industries culturelles, du ministère du Patrimoine canadien, a décrit les habitudes de consommation des Canadiens en matière de longs métrages. La télévision demeure la façon préférée des Canadiens pour visionner des films tandis que l'affluence dans les salles de cinéma demeure stable. Toutefois, depuis 2009, le Ministère a remarqué « un déclin de 35 % dans les ventes de DVD et, depuis 2007, un déclin de 84 % dans la location de DVD<sup>7</sup> ». M. Bernier a fait remarquer

---

3 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1530 (Marc Séguin, vice-principal, Politique, Association canadienne de la production médiatique (ACPM)).

4 Téléfilm Canada, [Glossaire principal](#), p. 5.

5 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1530 (Marc Séguin, ACPM).

6 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1545 (Michael Hennessy, président et chef de la direction, ACPM).

7 Patrimoine canadien, *Cadre de politique pour l'industrie canadienne du long métrage*, Comité permanent du patrimoine canadien, 23 février 2015, p. 6.

que les Canadiens regardent de plus en plus de films sur leur téléphone intelligent, leurs tablettes et à la télévision avec connexion Internet.

La croissance des plateformes en ligne pour les films, notamment les services par contournement, « est rapide et considérable<sup>8</sup> » selon M. Bernier. Il ressort de l'étude du Comité que tous les joueurs de l'industrie sont conscients de cette réalité.

Le gouvernement fédéral soutient l'industrie canadienne du long métrage par un ensemble d'outils législatifs, financiers, institutionnels et politiques qui constituent le Cadre de la politique canadienne du long métrage :

## Les législations

### *Loi sur la radiodiffusion :*

- Elle met en place un système de radiodiffusion canadien qui doit contribuer à la création et à la présentation de contenu canadien, y compris un apport important du secteur canadien de la production indépendante;
- Elle établit les pouvoirs réglementaires du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et le mandat de CBC/Radio-Canada;
- Elle reconnaît que les marchés de langues française et anglaise évoluent selon des conditions différentes et peuvent avoir des obligations qui leur sont propres.

**Loi sur Investissement Canada :** Elle assure que les investissements étrangers dans les secteurs de la production, de la distribution, de la postproduction, du commerce au détail ou de l'exploitation en salles sont à l'avantage net du Canada.

**Loi de l'impôt sur le revenu et autres règlements :** Elle établit et impose des critères pour les deux crédits d'impôt pour les productions cinématographiques ou magnétoscopiques.

**Loi sur le droit d'auteur :** Elle soutient la chaîne de valeur de l'industrie du film et de la télévision en donnant aux principaux intervenants un contrôle sur l'utilisation de leurs œuvres.

## Le soutien financier

**Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) :** Les productions admissibles doivent obtenir 6 points sur 10 de contenu canadien ou doivent être des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

**Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP) :** Un crédit d'impôt principalement pour les productions

---

8 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 février 2015, 1530 (Jean-François Bernier, directeur général, Industries culturelles, ministère du Patrimoine canadien).

étrangères tournées au Canada et utilisant de la main-d'œuvre canadienne. Il n'y a pas d'exigence relative au contenu canadien.

## **Les institutions nationales**

**Téléfilm Canada** : Une société d'État qui finance le développement, la production, la distribution et la mise en marché de longs métrages canadiens.

**Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)** : Un tribunal administratif qui réglemente la radiodiffusion dans l'intérêt public, principalement, de décisions en matière de propriété et de l'octroi de licences. Il impose des mesures réglementaires relatives au contenu audiovisuel canadien, y compris pour les longs métrages.

**CBC/Radio-Canada** : Le radiodiffuseur public national est une société d'État qui offre une programmation, à prédominance canadienne (y compris des longs métrages) représentant le Canada et ses régions tant au plan national que régional, et en anglais et en français.

**Office national du film du Canada (ONF)** : Une agence fédérale, l'ONF est un producteur et distributeur publics qui se concentre principalement dans les domaines de l'animation, du documentaire et de l'innovation numérique, par le biais de sites Web interactifs.

**Conseil des arts du Canada** : Une société d'État qui offre une aide financière aux artistes professionnels et aux collectifs qui utilisent le film, la vidéo, les nouveaux médias et l'audio comme mode d'expression artistique.

**Bibliothèque et Archives Canada** : Une institution fédérale qui acquiert et préserve les films d'intérêt historique national. Il administre le dépôt légal de produits audiovisuels.

## **Les politiques nationales**

**Politique canadienne du long métrage** : Une politique fédérale qui vise le développement, la production, la distribution, la mise en marché et la préservation des longs métrages canadiens.

**Politique en matière de distribution de films** : Une politique créée en 1988 qui traite des investissements étrangers dans le secteur canadien de la distribution du film.

**Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités** : Traités conclus avec 54 pays pour appuyer des projets conjoints entre des producteurs canadiens et étrangers. Les projets certifiés jouissent d'un statut national et sont admissibles au financement, aux quotas de diffusion et aux crédits d'impôt.

Selon M. Bernier, le Cadre de la politique canadienne du long métrage n'a pas beaucoup changé depuis 10 ans. Toutefois, les organismes subventionnaires ont dû adapter leurs programmes en fonction de l'utilisation grandissante des nouvelles plateformes de diffusion<sup>9</sup>.

---

9 *Ibid.*

## Chapitre 3 : La production de films au Canada

### La production cinématographique canadienne

La production fait référence aux activités nécessaires pour réaliser un long métrage. Cette étape comprend « la pré production, les principaux travaux de prises de vues et tout tournage subséquent, la postproduction et le suivi une fois la production achevée<sup>10</sup> ». Les représentants du ministère du Patrimoine canadien ont tenu à rappeler que la production est « le plus important investissement initial du secteur culturel<sup>11</sup> ». Les producteurs et productrices que nous avons entendus ont fait le même constat, en soulignant que la production d'un film est une entreprise coûteuse et risquée. Ils ont fait état de la concurrence féroce qui prévaut tout particulièrement dans le marché des films anglophones, dominé par les films à gros budget produits par des studios américains<sup>12</sup>.

Pour Michael Hennessy, président et chef de la direction de l'ACPM, il est clair que le financement des productions demeure la partie la plus difficile pour favoriser la croissance de l'industrie. Le Canada dispose d'artistes talentueux, mais le financement est insuffisant pour « soutenir la concurrence des Britanniques et des Américains<sup>13</sup> ». Cette réalité a été corroborée par plusieurs témoins, notamment la présidente-directrice générale de l'Association québécoise de production médiatique (AQPM), Marie Collin<sup>14</sup>.

Dans ces circonstances, le soutien accordé par le gouvernement fédéral à l'industrie canadienne du long métrage est nécessaire. Sarah Gadon, membre de l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), a rappelé l'importance de maintenir les obligations en matière de volume de contenu canadien qui permettent d'accéder aux mécanismes de financement public<sup>15</sup>. Pour M<sup>me</sup> Gadon, il est nécessaire de garder tel quel le barème utilisé par le BCPAC pour mesurer le contenu canadien. Ce système de points permettra d'établir un vedettariat (*star system*) proprement canadien du côté du marché anglophone<sup>16</sup>.

Sophie Prigent, présidente de l'Union des artistes (UDA), a attiré l'attention sur l'industrie du doublage d'œuvres cinématographiques et télévisuelles en langue française. La concurrence d'autres pays a entraîné une réduction de 15 % à 25 % des cachets alloués aux professionnels de ce secteur. Par ailleurs, le changement des habitudes de visionnement du public vers les nouvelles plateformes de diffusion contribue également à une baisse de revenus dans l'industrie du doublage. L'UDA est d'avis qu'il faut améliorer

---

10 Téléfilm Canada, [Glossaire principal](#), p. 8.

11 Ministère du Patrimoine canadien, *Cadre de politique pour l'industrie canadienne du long métrage*, Comité permanent du patrimoine canadien, 23 février 2015, p. 5.

12 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1530 (Marc Séguin, ACPM).

13 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1550 (Michael Hennessy, ACPM).

14 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1530 (Marie Collin, présidente-directrice générale, Association québécoise de la production médiatique (AQPM)).

15 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1650 (Sarah Gadon, membre, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA)).

16 *Ibid.*

les programmes du Fonds des médias du Canada (FMC) pour le doublage et le sous-titrage afin de tenir compte de l'évolution du marché et que les productions canadiennes financées à même les fonds publics soient doublées au Canada<sup>17</sup>.

### La production étrangère

La production étrangère et les services de production regroupent les longs métrages et les émissions de télévision réalisés au Canada par des producteurs étrangers ou par des producteurs canadiens pour le compte d'entreprises étrangères.

Au cours des années, la Colombie-Britannique est devenue le chef de file en matière de production étrangère au Canada. De nombreuses entreprises de postproduction et de création d'effets visuels ont vu le jour dans cette province. Peter Leitch, président de Motion Picture Production Industry Association of British Columbia (MPPIABC), estime que les services de production de contenu étranger ont atteint « une valeur de 857 millions de dollars pour un peu plus de 18 000 équivalents à temps plein <sup>18</sup> ». Shawn Williamson, membre de la MPPIABC et président de Brightlight Pictures, ajoute que le développement de l'industrie à Vancouver « est dicté en grande partie par ce qui se passe à Los Angeles<sup>19</sup> ».

Jim Mirkopoulos, vice-président de Cinespace Film Studios de Toronto, a affirmé que le tournage de séries télévisuelles constituait 90 % des activités commerciales. Les producteurs de ces séries louent ses installations pendant de longues périodes, ce qui est financièrement plus avantageux pour son entreprise que le tournage de longs métrages<sup>20</sup>. La location de ses installations pour le tournage de films canadiens ne constitue pas une option « viable sur le plan économique<sup>21</sup> » pour Cinespace. Son entreprise se retrouve à subventionner indirectement les projets canadiens en refusant la location de ses installations à des productions étrangères plus payantes. M. Mirkopoulos recommande à Téléfilm Canada de compenser financièrement les entreprises qui louent leurs installations de production cinématographique pour cette perte économique<sup>22</sup>.

John Lewis, vice-président international et directeur des affaires canadiennes de l'Alliance internationale des employés de la scène (AIES), a fait état des retombées positives des productions étrangères tournées au Canada. Ces grandes productions « créent une infrastructure, des studios, des maisons de location d'équipement, mais ils

---

17 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1545 (Sophie Prigent, présidente, Union des Artistes).

18 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Peter Leitch, président, MPPIABC, président, North Shore Studios).

19 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Shawn Williamson, membre, MPPIABC et président, Brightlight Pictures).

20 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1635 (Jim Mirkopoulos, vice-président, Cinespace Film Studios).

21 *Ibid.*

22 *Ibid.*, 1715.

créent également de l'expertise à l'échelon de l'équipe de tournage<sup>23</sup> ». M. Lewis a ajouté qu'il était moins nécessaire de faire affaire avec des travailleurs étrangers étant donné qu'il existe des techniciens spécialisés canadiens qui ont la formation nécessaire.

### **Les crédits d'impôt**

Le Bureau de certification des produits audiovisuels du Patrimoine canadien est responsable de l'administration de deux crédits d'impôt :

- Le [Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique](#) (CISP) correspond à 16 % des dépenses de main-d'œuvre professionnelle canadienne engagées par une société canadienne imposable dans une production agréée.
- Le [Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne](#) (CIPC) est une mesure fiscale pleinement remboursable qui correspond à 25 % des dépenses de main-d'œuvre professionnelle d'une production admissible tournée par une société canadienne imposable.

Le CISP encourage l'embauche de Canadiens dans les productions étrangères réalisées au Canada. Le contenu canadien n'entre pas en ligne de compte quant à l'admissibilité à ce crédit d'impôt, qui se fonde également sur les dépenses de main-d'œuvre canadienne.

De son côté, le CIPC est le principal encouragement fiscal pour les productions cinématographiques et télévisuelles canadiennes. Le montant du crédit se fonde sur les dépenses de main-d'œuvre canadienne. Les productions doivent obtenir 6 points sur 10 dans le système de points concernant le contenu canadien ou être des coproductions régies par des traités. Les postes créatifs clés les plus importants sont ceux du réalisateur et du scénariste tandis que l'interprète principal, ou le deuxième interprète, doit également être canadien.

Les représentants de l'industrie qui ont comparu devant le Comité étaient généralement favorables aux crédits d'impôt fédéraux, qu'ils considéraient comme des mécanismes indispensables de soutien de l'industrie cinématographique canadienne. Certains témoins ont d'ailleurs souligné que le succès du système canadien de crédits d'impôt est tel que d'autres pays s'en sont inspirés.

Cela dit, plusieurs réserves ont été exprimées au sujet des programmes fédéraux de crédits d'impôt, notamment en ce qui concerne leur stabilité et leur cohérence, leur coordination avec les programmes provinciaux, la date des paiements, la vérification des dossiers des entreprises avant l'octroi d'un financement additionnel, et la bonification des crédits d'impôt.

---

23 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1710 (John Lewis, vice-président international et directeur des affaires canadiennes, Alliance internationale des employés de scènes (AIES)).

La première préoccupation concernait la stabilité et la prévisibilité des crédits d'impôt. M. Lewis, de l'AIES, a affirmé que : « La stabilité du crédit d'impôt du gouvernement du Canada, entre autres, nous a permis de faire [...] la promotion [de l'industrie cinématographique canadienne]<sup>24</sup> ». Dave Forget, directeur des politiques de la Guilde canadienne des réalisateurs (GCR), a également mentionné que les partenaires de l'industrie canadienne recherchent la prévisibilité et la stabilité<sup>25</sup>.

Cette idée a été reprise par Michelle Grady, directrice de film chez Moving Picture Company, de Vancouver. Elle a parlé du rôle de plus en plus important que jouent les effets visuels (VFX) dans les films de nos jours et qui explique le fait que le secteur canadien des VFX soit en croissance<sup>26</sup>. Afin de contribuer à promouvoir la valeur de l'industrie, a-t-elle dit, le gouvernement devrait veiller à la mise en place de politiques de soutien dans le domaine des crédits d'impôt. Selon M<sup>me</sup> Grady :

Les travaux de VFX dont nous parlons font l'objet d'une concurrence farouche à l'échelle internationale. Il n'est pas nécessaire qu'ils soient réalisés au Canada. On peut les envoyer n'importe où en appuyant sur un bouton. Par conséquent, de nombreux États ont décidé d'offrir de nouveaux crédits d'impôt améliorés. L'un des avantages immenses de tout système de crédits d'impôt pour production cinématographique est cependant, à mon avis, la cohérence et la prévisibilité. Une politique et une pratique fédérales en matière de crédits d'impôt pour production cinématographique axées sur la cohérence et la prévisibilité est d'un grand soutien<sup>27</sup>.

En réponse aux questions, M<sup>me</sup> Grady a déclaré qu'il faudrait constamment évaluer les crédits d'impôt du Canada au regard des marchés concurrents pour s'assurer de leur caractère compétitif<sup>28</sup>.

La deuxième préoccupation a été soulevée par de nombreux représentants de l'industrie. Il s'agit du fait que le montant des crédits d'impôt provinciaux est défalqué du crédit d'impôt fédéral. C'est ce qu'ils appellent la « dilution » ou réduction de l'aide financière. Pour citer M. Lewis, de l'AIES :

Le problème des lois fiscales fédérales se trouve dans ce que le gouvernement appelle le « montant d'aide » et que l'industrie désigne par le terme « réduction ». Le programme fédéral réduit le montant du crédit d'impôt fédéral si la production est également financée par un programme provincial. Cela est contre-productif, puisque ces crédits d'impôt visent à encourager des dépenses définies. Pour compenser la réduction, les producteurs réduisent habituellement le budget de production, ce qui se traduit par moins d'emplois, moins de locations de matériel, et moins d'argent allant aux industries qui bénéficient de la nôtre, comme les restaurants et les hôtels. Nous ne voyons pas quelle est la logique de donner d'une main pour prendre de l'autre; par conséquent, quand les

---

24 *Ibid.*, 1715.

25 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1625 (Dave Forget, directeur des politiques, Bureau national, Guilde canadienne des réalisateurs (GCR)).

26 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1545 (Michelle Grady, directrice de film, Moving Picture Company).

27 *Ibid.*, 1550.

28 *Ibid.*, 1620.

provinces investissent dans notre industrie, nous ne croyons pas que cela devrait affecter le niveau de soutien fédéral<sup>29</sup>.

David Carter, président de Canada Film Capital<sup>30</sup>, Carole Vivier, directrice générale et commissaire à la cinématographie de Musique et film Manitoba<sup>31</sup>, et la Writers Guild of Canada<sup>32</sup> ont également signalé qu'en raison de cette dilution de l'aide, le montant des crédits d'impôt fédéraux varie d'une province à l'autre. M. Leitch, de la MPPIABC, a affirmé que : « Les incitatifs provinciaux ciblés, qui peuvent varier d'une province à l'autre, ne devraient pas influencer sur les différents niveaux de crédits d'impôt accessibles au pays, et ce problème serait évité si l'on ne déduisait pas les crédits provinciaux avant de calculer les crédits fédéraux<sup>33</sup> ».

Virginia Thompson, présidente et chef de production de Vérité Film inc., a fait remarquer par ailleurs que le crédit d'impôt fédéral est réduit par de nouvelles formes de financement telles que Kickstarter. Elle a déclaré que « le jeu n'en valait pas la chandelle, mais nous l'avons fait à des fins de commercialisation<sup>34</sup> ».

La réduction ou l'élimination du rajustement à la baisse laisserait plus d'argent aux réalisateurs de films, mais ne se ferait pas sans risques. Ceux-ci comprennent le coût pour le trésor fédéral et la cohérence avec les autres programmes de crédit d'impôt. À cet égard, voici la mise en garde de Lui Petrollini, associé en médias et divertissement chez Ernst & Young :

[I]l faut être prudent en raison des coûts que ces crédits d'impôt supplémentaires pourraient entraîner pour le gouvernement fédéral, mais il faut également se préoccuper de l'uniformité avec d'autres industries, par exemple l'industrie de la technologie dans laquelle les calculs liés à la RS et DE [recherche scientifique et développement expérimental] sont aussi rajustés à la baisse en raison de programmes d'aide provinciaux semblables dans ce secteur<sup>35</sup>.

M. Petrollini a estimé que la réduction du rajustement à la baisse coûterait au gouvernement fédéral « environ 50 % de plus que ce à quoi vous renoncez sous la forme de crédits d'impôt<sup>36</sup> ».

---

29 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1635 (John Lewis, AIES).

30 Canada Film Capital Corporation, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, 11 mai 2015, p. 3.

31 Musique et film Manitoba, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, p. 8.

32 Writers Guild of Canada, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, 8 mai 2015, p. 1.

33 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Peter Leitch, MPPIABC, North Shore Studios).

34 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1545 (Virginia Thompson, présidente et chef de production, Vérité Film inc.).

35 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1545 (Lui Petrollini, associé, Médias et divertissement, Ernst & Young).

36 *Ibid.*, 1600.

La troisième préoccupation soulevée par les témoins avait trait à la date du versement des crédits d'impôt. Selon l'explication de M. Petrollini : « [L]es crédits d'impôt ne vont pas aux producteurs tant que l'ARC [Agence du revenu du Canada] n'a pas reçu puis examiné la déclaration de revenus<sup>37</sup> ». Jennifer Jonas, productrice chez New Real Films et coprésidente du comité du long métrage de l'ACPM, a expliqué ainsi l'incidence de ce retard :

[L]a nature et la conception mêmes de ces crédits en diminuent la valeur pour les producteurs, parce que ces derniers doivent emprunter auprès d'institutions financières en attendant que l'Agence du revenu du Canada leur en verse le montant. Or, la complexité des modalités en place, conjuguée à des doubles emplois sur le plan des vérifications et des approbations nécessaires, entraîne directement des retards dans les versements. À l'effet de la dilution s'ajoute donc une nouvelle réduction de la valeur nette des crédits pour les producteurs en raison des frais de montage du financement provisoire auquel ces derniers sont contraints d'avoir recours et des frais d'intérêts que leur facturent les banques à cet égard. Il s'agit là d'une inefficacité des programmes<sup>38</sup>.

M. Leitch de la MPPIABC a abondé dans le même sens :

[I]l serait extrêmement avantageux que l'on puisse consentir des avances au titre des crédits d'impôt à recevoir aux producteurs admissibles qui doivent emprunter les sommes correspondantes pour financer leur travail avant de toucher les crédits en question. C'est une mesure qui entraînerait des coûts minimes pour le gouvernement, mais qui serait très profitable pour les producteurs canadiens<sup>39</sup>.

Afin de réduire les coûts de financement temporaires que doivent acquitter les producteurs en attendant de recevoir le paiement des crédits d'impôt, Marc Séguin, vice-président principal de la Politique à l'ACPM, a proposé que le paiement soit accéléré :

[N]ous pourrions payer 80 ou 85 % au début, en fonction d'un cadre d'évaluation des risques — c'est très facile à faire —, puis retenir 15 %, et lorsque le projet sera terminé, si tout va comme prévu, compléter avec les 15 % restants. L'objectif est d'accélérer l'investissement des capitaux afin de diminuer les coûts de financement temporaires. Au bout du compte, cela signifie plus d'argent pour les films ou pour les entreprises, pour créer des entreprises<sup>40</sup>.

Dans un même ordre d'idées, M<sup>me</sup> Collin, de l'AQPM, a suggéré que :

[Trente] jours après le dépôt d'une demande de crédit d'impôt, 75 % des sommes à recevoir soient versées à l'entreprise de production et que le solde soit versé à la fin de la vérification. Le programme gagnerait en efficacité et les productions gagneraient en financement<sup>41</sup>.

---

37 *Ibid.*, 1555.

38 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1540 (Jennifer Jonas, productrice, New Real Films; coprésidente du comité du long métrage, ACPM).

39 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Peter Leitch, MPPIABC, North Shore Studios).

40 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1605 (Marc Séguin, ACPM).

41 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1535 (Marie Collin, AQPM).

J. Joly, directeur général et fondateur de CineCoup Media<sup>42</sup>, et Ken Dhaliwal, associé chez Dentons Canada<sup>43</sup>, estimaient également que le versement du crédit d'impôt fédéral prend trop de temps.

Ici encore, cependant, il y a des facteurs à considérer avant de modifier la date du paiement des crédits d'impôt. Pour citer M. Petrollini : « Des risques sont associés au financement provisoire, aux crédits d'impôt ou à leur versement d'avance. Ce serait notamment celui, pour une société ou une production, de ne pas satisfaire aux critères canadiens de certification du BCPAC<sup>44</sup> ».

Pour régler la question de l'accélération du paiement des crédits d'impôt, M<sup>me</sup> Jonas, de l'ACPM, a proposé que les ministères du Patrimoine canadien et des Finances mette sur pied un processus de consultation avec « la mission de trouver une solution efficace à ce problème et à la mettre ensuite en œuvre le plus rapidement possible<sup>45</sup> ».

M. Lewis, de l'AIES, a soulevé une quatrième préoccupation. Il a mentionné les modifications apportées au programme de subventions de l'Alberta pour rendre obligatoire la vérification des dossiers des entreprises avant l'octroi d'un financement additionnel.

M. Lewis a expliqué que souvent, on crée une société à fin unique pour chaque production. Parfois, ces sociétés n'arrivent pas à payer les salaires et à payer les fournisseurs. Ensuite, en tant que nouvelle société, elle demande de nouveau une aide financière. Il a donné l'exemple suivant :

On tournait en Alberta, en 2008, une émission intitulée *When Calls the Heart*, au bout du compte, une somme de 1,2 million de dollars en salaires et en factures de fournisseurs était restée impayée. On a terminé le tournage en Roumanie parce que rien n'allait plus en Alberta. Le pilote a été achevé en Roumanie, et l'équipe est revenue en Colombie-Britannique — la même société de production, les mêmes auteurs, les mêmes réalisateurs, le même producteur — et a pu obtenir du financement des gouvernements fédéral et provincial. L'émission en est à sa deuxième saison<sup>46</sup>.

M. Lewis a poursuivi : « [L]'Alberta — et c'est la première province à le faire — a dit non, nous allons examiner vos antécédents et voir ce que vous avez accompli. Si vous avez manqué à vos obligations financières, vous ne devriez pas revenir nous demander de l'argent<sup>47</sup> ». Il a suggéré que le Comité étudie la question de savoir si une société

---

42 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1605 (J. Joly, directeur général et fondateur, CineCoup Media).

43 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1605 (Ken Dhaliwal, associé, Dentons Canada).

44 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1610 (Lui Petrollini, Ernst & Young).

45 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1540 (Jennifer Jonas, ACPM).

46 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1705 (John Lewis, AIES).

47 *Ibid.*

devrait pouvoir demander une nouvelle aide financière si elle a des antécédents de défaut de paiement<sup>48</sup>.

## Téléfilm Canada

Téléfilm Canada est une société d'État fédérale ayant pour mandat de favoriser le développement et la promotion de l'industrie audiovisuelle au Canada. Ses programmes soutiennent la production, la mise en marché et la promotion de longs métrages canadiens. La société d'État participe à des événements de l'industrie, comme des festivals et des marchés. Téléfilm administre également les programmes du FMC et recommande la certification de coproductions réalisées en vertu des traités pour le cinéma et la télévision, au ministre du Patrimoine canadien.

La très grande majorité des témoins ont reconnu d'emblée le rôle clé joué par Téléfilm Canada dans le développement, la production et la commercialisation des longs métrages au Canada. C'est le niveau des crédits parlementaires accordés à la société d'État qui a été soulevé par une panoplie de témoins. Plusieurs ont tenu à rappeler que Téléfilm Canada avait procédé à une diminution de 10 % de son budget échelonné sur de trois ans en 2011–2012 afin de répondre aux exigences de l'examen des dépenses ministérielles du budget 2012<sup>49</sup>. Cette somme équivaut à environ 10,6 millions de dollars par année. Plusieurs participants étaient d'avis que les crédits parlementaires devaient être rétablis à leur niveau d'avant 2012.

Patrick Roy, président d'Entertainment One Films Canada (eOne Canada), a affirmé qu'il était important que Téléfilm Canada « dispose de suffisamment de ressources et de soutien pour appuyer la commercialisation et la promotion des longs métrages canadiens<sup>50</sup> ». De leur côté, les représentants de l'ACPM<sup>51</sup>, North Shore Studios<sup>52</sup>, William F. White International<sup>53</sup>, Elevation Pictures<sup>54</sup>, l'AISE<sup>55</sup>, REEL Canada<sup>56</sup>, l'AQPM<sup>57</sup>,

---

48 *Ibid.*

49 Téléfilm Canada, [Rapport annuel 2011-2012](#), p. 8.

50 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1645 (Patrick Roy, président, eOne Canada et Les Films Séville).

51 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1540 (Jennifer Jonas, ACPM).

52 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Peter Leitch, MPPIABC, North Shore Studios).

53 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1610 (Paul Bronfman, président, William F. White International Inc.).

54 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1700 (Naveen Prasad, vice-président exécutif, Elevation Pictures).

55 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1630 (John Lewis, AIÉS).

56 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1645 (Jack Blum, directeur exécutif, REEL Canada).

57 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1535 (Marie Collin, AQPM).

l'ACTRA<sup>58</sup>, l'Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC)<sup>59</sup> et Canada Film Capital<sup>60</sup> étaient d'avis de rétablir les crédits parlementaires à leur niveau de 2012. Tim Southam de la GCR est allé plus loin en demandant que tous les budgets des organismes fédéraux qui appuient le secteur de l'audiovisuel au Canada soient rétablis à leur niveau de 2012<sup>61</sup>.

La question des critères retenus par Téléfilm Canada dans le processus d'allocation des subventions a été soulevée par certains témoins. André Provencher, vice-président, Création et développement international, Contenu QMI, chez Québecor Média Inc, affirme que le consommateur est le point de départ de tout changement dans l'industrie. M. Provencher affirme que les producteurs doivent être davantage concernés « par le succès commercial de leurs œuvres<sup>62</sup> ». Il a proposé que Téléfilm Canada revoie la pondération des facteurs financiers et des facteurs qualitatifs dans le cadre de l'analyse de la performance des longs métrages. Québecor Media Inc. propose deux changements. Dans un premier temps, de revoir la pondération actuelle afin d'accorder une nette prédominance aux critères financiers dans l'analyse des propositions de longs métrages. Dans un deuxième temps, il recommande à la société d'État d'accorder une plus grande attention au cinéma grand public, qui génère les revenus essentiels à la survie de l'industrie du film.

Vincenzo Guzzo, vice-président des Cinémas Guzzos Guzzos et vice-président de l'Association des propriétaires de cinémas du Québec, et Raffaele Papalia, présidente des Cinémas Ciné Entreprises, ont également invité les bailleurs de fonds à être sensibles au critère des recettes au guichet lorsqu'ils accordent leur financement à des producteurs<sup>63</sup>.

L'APFC a demandé au gouvernement de créer un fonds spécial pour les producteurs francophones qui œuvrent en situation minoritaire. Les sommes allouées serviraient à former des scénaristes et à aider des producteurs francophones en situation minoritaire à se lancer dans la production de longs métrages<sup>64</sup>. Téléfilm Canada ou le ministère du Patrimoine canadien pourrait administrer un tel programme dont les coûts sont évalués à 700 000 \$ par l'APFC. Le Comité a noté qu'une nouvelle composante a été ajoutée au Programme de production à micro-budget en janvier 2015, soit la composante des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

---

58 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1645 (Stephen Waddell, directeur général national, ACTRA).

59 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1540 (René Savoie, administrateur, Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC)).

60 Canada Film Capital, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, 11 mai 2015, p. 3.

61 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1535 (Tim Southam, président, Bureau national, GCR).

62 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1705 (André Provencher, vice-président, Création et développement international, Contenu QMI, Québecor Média Inc.).

63 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1605 (Vincenzo Guzzo, vice-président, Président de l'Association des propriétaires de cinémas du Québec, Cinémas Guzzo).

64 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1535 (René Savoie, APFC).

## La coproduction audiovisuelle régie par traité

Les coproductions permettent à des producteurs canadiens de travailler avec une production à l'extérieur du Canada afin de réaliser un projet audiovisuel. Ces productions sont régies par un traité et se voient octroyer un statut national dans leur pays respectif. Ces projets sont admissibles à recevoir un appui des programmes de financement du Canada, en plus de donner accès aux programmes des autres pays. Téléfilm Canada est l'instance administrative responsable d'examiner les projets afin d'évaluer s'ils peuvent éventuellement être reconnus à titre de coproduction audiovisuelle régie par un traité. Une recommandation à cet égard est transmise par Téléfilm Canada au ministère du Patrimoine canadien, par l'entremise du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC). La ministre du Patrimoine canadien est responsable de rendre la décision finale sur la reconnaissance d'une production à titre de coproduction audiovisuelle.

Pour Carole Brabant, directrice générale de Téléfilm Canada, la coproduction permet de diversifier les sources de revenus d'une production cinématographique. Elle constitue « un levier essentiel de notre industrie<sup>65</sup> ». M. Dhaliwal de Dentons Canada partage ce point de vue, en ajoutant que les coproductions améliorent « la qualité des équipes que s'adjoignent les producteurs canadiens<sup>66</sup> ». Elles permettent un assouplissement des lignes directrices en matière de contrôle de productions, ainsi qu'au niveau des points attribués pour le contenu canadien par le BCPAC. Les représentants de la SODEC<sup>67</sup>, Cinespace Film Studio<sup>68</sup> et Québecor Média Inc.<sup>69</sup> ont également vanté les mérites des coproductions pour augmenter les budgets des films.

M. Petrollini d'Ernst & Young a mentionné qu'il était parfois difficile de faire des affaires avec un pays qui n'a pas signé un traité avec le Canada (par exemple les États-Unis<sup>70</sup>). De son côté, M. Séguin de l'APCM, soutient qu'il est possible de faire une mise à jour des traités actuels en fonction de l'entente-cadre qui les régit :

[L]es 49 autres traités que nous avons signés ont été négociés en vertu de l'ancien cadre. Je sais que le ministère du Patrimoine canadien déploie beaucoup d'efforts pour mettre à jour ces traités. Plus tôt nous mettrons à jour ces traités afin qu'ils relèvent du nouveau cadre, mieux ce sera, car le nouveau cadre facilite les ententes de production.

---

65 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1655 (Carole Brabant, directrice générale, Téléfilm Canada).

66 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1615 (Ken Dhaliwal, Dentons Canada).

67 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1540 (Monique Simard, présidente et chef de la direction, Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)).

68 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1710 (Jim Mirkopoulos, Cinespace Film Studios).

69 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1640 (André Provencher, Québecor Média Inc.).

70 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1545 (Lui Petrollini, Ernst & Young).

Évidemment, cela se fait à deux. Quand on veut négocier un traité bilatéral, l'autre pays doit vouloir le faire aussi<sup>71</sup>.

## Le développement de nouveaux talents

Simon Brault, directeur et chef de la direction du CAC, a expliqué comment la société d'État a contribué au développement de l'industrie du long métrage depuis sa création. Il a fait remarquer que beaucoup de noms connus de l'industrie canadienne du long métrage ont fait leurs premières armes suite à un appui du CAC.

M. Brault a ajouté qu'il ne faut pas oublier l'apport des autres disciplines artistiques dans le processus de création en arts médiatiques. L'investissement public dans la création demeure la clé « pour briller dans un environnement compétitif<sup>72</sup> ». Les disciplines artistiques telles que « le théâtre, la danse, la chorégraphie, l'écriture et la littérature<sup>73</sup> » contribuent indirectement au développement de l'industrie cinématographique. Par ailleurs, le Service en arts médiatiques du CAC continue à soutenir les talents émergents dans ce secteur. À l'heure actuelle, le CAC est « extrêmement préoccupé par le soutien à la création des cinéastes indépendants autochtones<sup>74</sup> ».

De son côté, l'ONF est à l'origine des premiers longs métrages de fiction produits au Canada. Encore aujourd'hui, l'ONF travaille avec les cinéastes de la relève<sup>75</sup>.

M<sup>me</sup> Brabant de Téléfilm Canada a rappelé le rôle joué par les entreprises de production dans le développement des nouveaux talents. Ce sont ces entreprises « qui les reconnaissent, qui les encouragent et qui leur accordent des fonds pour se développer<sup>76</sup> ».

John Helliker, directeur du Screen Industries Research and Training Centre au Sheridan College, a fait remarquer que l'industrie de production de contenu sur écran englobe le cinéma, la télévision, les médias interactifs et les jeux vidéo. Il y a une « fécondation réciproque<sup>77</sup> » entre les secteurs qui favorise l'innovation. Une partie de cette main-d'œuvre possède des compétences spécialisées dans le domaine des

---

71 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1615 (Marc Séguin, ACPM).

72 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1715 (Simon Brault, directeur et chef de la direction, Bureau du directeur, Conseil des Arts du Canada (CAC)).

73 *Ibid.*, 1635.

74 *Ibid.*, 1640.

75 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1700 (Claude Joli-Cœur, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président, Office national du film du Canada).

76 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1720 (Carolle Brabant, Téléfilm Canada).

77 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1650 (John Helliker, directeur, Screen Industries Research and Training Centre, Sheridan College).

technologies numériques. Ces employés sont des pigistes qui bougent d'un emploi à un autre<sup>78</sup>.

Les représentants de CineCoup Media<sup>79</sup>, Vérité Films Inc.<sup>80</sup> et de l'ACTRA<sup>81</sup> ont mentionné que les nouvelles technologies ont démocratisé l'accès à la production audiovisuelle. Il est désormais possible pour un jeune cinéaste de produire un premier film de bonne qualité avec des moyens rudimentaires. L'entreprise de communication TELUS privilégie également cette avenue en mettant en œuvre son programme appelé STORYHIVE qui est une plateforme « qui permet au public de passer de l'état de spectateur passif à celui de catalyseur actif de la création, de l'édification et du soutien auprès des créateurs de contenus de nos collectivités<sup>82</sup> ». Les créateurs de contenus demandent au public de voter pour les contenus qui les intéressent, lesquels obtiennent du financement et sont réalisés.

Piers Handling, président-directeur général du Festival international du film de Toronto (FIFT), a expliqué que le Festival organise à chaque année des programmes de formation qui visent « à former nos meilleurs jeunes talents canadiens et à leur offrir du mentorat — réalisateurs, rédacteurs, producteurs et acteurs<sup>83</sup> ».

Les représentants de l'AIES, de Cinespace Film Studios et de l'ACTRA<sup>84</sup> ont mentionné qu'il était important de continuer à investir dans la relève. Ils ont fait l'éloge du [Programme de production à micro-budget de Téléfilm Canada](#), qui s'adresse aux cinéastes émergents. Toutefois, l'AIES et de Cinespace Studios ont exprimé quelques réserves vis-à-vis ce programme. Pour M. Lewis de l'AIES, les faibles montants accordés aux bénéficiaires créent « des amateurs du cinéma au détriment de bons emplois et, avant tout, de la sécurité<sup>85</sup> ». Quant à M. Mirkopoulos de Cinespace, il est impératif que Téléfilm Canada fasse une analyse minutieuse des projets soumis par les cinéastes émergents :

Ma deuxième recommandation vise particulièrement le groupe des cinéastes émergents que Téléfilm veut aider. Ce sont les jeunes leaders culturels du Canada, qui ont des idées inspirantes, mais des ressources limitées. (...) Téléfilm devrait envisager d'appuyer un moins grand nombre de projets cinématographiques canadiens, mais d'en analyser

---

78 *Ibid.*, 1650.

79 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1530 (J. Joly, CineCoup Media).

80 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1625 (Virginia Thompson, Vérité Films Inc.).

81 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1655 (Stephen Waddell, ACTRA).

82 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1630 (Prem Gill, directrice, Programmation et contenu, TELUS).

83 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1645 (Piers Handling, président-directeur général, Festival international du film de Toronto (FIFT)).

84 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1705 (Sarah Gadon, ACTRA).

85 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1635 (John Lewis, AIES).

plus attentivement la viabilité commerciale en amont, puis d'augmenter les sommes consenties pour produire et commercialiser chacun de ces projets<sup>86</sup>.

## Les travailleurs étrangers

Au cours des dernières années, l'expansion de l'industrie canadienne du long métrage a permis le développement d'une main-d'œuvre proprement canadienne pour répondre aux besoins des entreprises de production. Les représentants syndicaux et les groupes patronaux dans l'industrie canadienne du long métrage collaborent étroitement afin de faire face à la concurrence internationale. Selon David Hardy, vice-président de William F. White International, le secteur du cinéma et de la télévision est « un modèle à suivre<sup>87</sup> » dans ce domaine.

Pour M. Williamson de Brightlight Pictures, le besoin de recruter à l'étranger a diminué avec les années étant donné que les travailleurs canadiens sont « de mieux en mieux formés<sup>88</sup> ». M<sup>me</sup> Grady de Moving Picture Company a expliqué que l'industrie des services de postproduction et d'effets visuels a créé des emplois « très spécialisés, très bien rémunérés et très recherchés<sup>89</sup> ». Cependant, ces compagnies doivent parfois faire appel à des travailleurs étrangers pour répondre à certains besoins spécifiques. M<sup>me</sup> Grady s'attend à ce que les politiques fédérales en matière d'immigration lui permettent d'agir rapidement si le besoin se fait sentir : « Une politique et des pratiques en matière d'immigration qui accroissent notre capacité d'offrir des emplois et des permis de travail avec rapidité et cohérence constituent un avantage considérable<sup>90</sup> ».

M. Leitch de la MPPIABC a expliqué que son entreprise tente d'embaucher « autant d'étudiants formés que nous le pouvons, mais nous tentons toujours d'attirer des talents de classe mondiale<sup>91</sup> ». Selon lui, deux enjeux préoccupent encore l'industrie sur le plan de l'immigration. La première a trait à la règle qui limite à quatre ans la période maximale pendant laquelle un travailleur étranger temporaire peut travailler au Canada. La deuxième concerne les plans de transition, c'est-à-dire la manière dont les entreprises prévoient remplacer l'emploi des travailleurs étrangers temporaires par des Canadiens. Pour M. Leitch, il n'est pas toujours possible de transformer « ces emplois en emplois canadiens<sup>92</sup> ».

---

86 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1640 (Jim Mirkopoulos, Cinespace Film Studios).

87 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1620 (David Hardy, vice-président, William F. White International Inc.).

88 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1605 (Shawn Williamson, Brightlight Picture).

89 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1545 (Michelle Grady, Moving Picture Company).

90 *Ibid.*, 1550.

91 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1605 (Peter Leitch, MPPIABC, North Shore Studios).

92 *Ibid.*

## Chapitre 4 : La distribution et la commercialisation

Le secteur de la distribution est composé de l'ensemble des longs métrages et de la programmation télévisuelle pour lesquels les droits des médias conventionnels et des nouvelles plateformes numériques sont acquis par des entreprises de distribution. Les distributeurs acquièrent des droits de distribution des producteurs et s'occupent de la commercialisation et de la promotion de l'œuvre.

### La Politique de 1988

Pendant de nombreuses années, les longs métrages canadiens étaient plutôt absents sur les écrans de cinéma du pays. Comme l'a affirmé Richard Rapkowski de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF), « [c]ette réalité était largement attribuable à la domination des grands studios américains, qui voyaient le Canada comme le prolongement du marché américain<sup>93</sup> ». En 1988 le gouvernement fédéral a voulu remédier à la situation en mettant en œuvre la *Politique d'investissements étrangers dans le secteur de la distribution de films*. En résumé, la Politique de 1988 stipule que :

- les prises de contrôle d'entreprises de distribution qui appartiennent à des Canadiens et qui sont contrôlées par des Canadiens ne seront pas permises;
- les investissements visant à établir de nouvelles entreprises de distribution au Canada ne seront autorisés que pour des activités d'importation et de distribution de produits cinématographiques de propriétaire, c'est-à-dire pour lesquels il est un investisseur majeur;
- les prises de contrôle directes et indirectes d'entreprises étrangères de distribution qui ont des activités au Canada ne seront autorisées que si l'investisseur s'engage à réinvestir une partie des gains réalisés au Canada de façon conforme aux politiques nationales et culturelles du pays;
- toutes les demandes présentées à Investissement Canada après le 13 février 1987 doivent être conformes à la nouvelle politique<sup>94</sup>.

Cette Politique a contribué à créer « un secteur domestique de la distribution raisonnablement solide<sup>95</sup> » d'après une étude réalisée Nordicity en 2011 pour le compte du ministère du Patrimoine canadien. Toutefois, M. Rapkowski de l'ACDEF a mentionné

---

93 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1645 (Richard Rapkowski, président, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF)).

94 Ministère du Patrimoine canadien, [Politique d'investissement Canada en matière d'investissements étrangers dans le secteur de la distribution de films](#).

95 Nordicity, [Étude sur le secteur de la distribution audiovisuelle au Canada](#), ministère du Patrimoine canadien, 31 mars 2011, p. 7.

« que des événements récents indiqu[aient] une érosion préoccupante de la politique et de son objectif<sup>96</sup> ». Selon le représentant de l'ACDEF, des studios américains font fi de l'esprit et de l'objectif de la politique depuis quelques années :

De grands studios américains utilisent leur droit acquis pour profiter des petits producteurs de films. Ils distribuent ces films grâce à leur système de distribution, alors que ces films devraient être distribués par des distributeurs canadiens<sup>97</sup>.

### **Enjeux relatifs à la commercialisation des longs métrages canadiens**

Plusieurs témoins ont demandé un appui direct du gouvernement fédéral pour soutenir la commercialisation des longs métrages. Le FIFT<sup>98</sup>, Serendipity Points Films<sup>99</sup>, l'ACTRA<sup>100</sup>, la GCR<sup>101</sup> et Canada Film Capital<sup>102</sup> ont tous fait des suggestions en ce sens. M. Roy d'eOne Canada a exprimé des attentes envers Téléfilm Canada dans ce domaine :

Le gouvernement peut jouer un rôle important en veillant à ce que Téléfilm Canada dispose de suffisamment de ressources et de soutien pour appuyer la commercialisation et la promotion des longs métrages canadiens. Cela permettra d'accroître la demande et la production de films ainsi que, par conséquent, le nombre d'emplois dans notre secteur<sup>103</sup>.

Les exploitants de salles de cinéma qui ont pris part à nos travaux ont convenu que la promotion des longs métrages devait faire l'objet d'un véritable engagement. Pour M. Guzzo, Téléfilm Canada pourrait être plus directif quant à l'utilisation des budgets de promotion :

[j]e dis que Téléfilm pourrait très bien prévoir, dans ses budgets, que lorsqu'elle approuve un film, elle doit être plus rigoureuse, plus directe et plus claire relativement au fait qu'un certain montant du budget doit servir à faire la promotion du film avant qu'une somme donnée d'argent soit octroyée afin de payer pour tous les besoins possibles liés à la production<sup>104</sup>.

M<sup>me</sup> Brabant de Téléfilm Canada reconnaît la nécessité « de faire connaître l'excellence du contenu canadien par une promotion efficace de l'industrie et de ses succès directement auprès des consommateurs<sup>105</sup> ».

---

96 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1650 (Richard Rapkowski, ACDEF).

97 *Ibid.*, 1720.

98 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1715 (Piers Handling, FIFT).

99 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1710 (Robert Lantos, propriétaire, Serendipity Points Films).

100 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1650 (Stephen Waddell, ACTRA).

101 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

102 Canada Film Capital, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, 11 mai 2015, p. 5.

103 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1645 (Patrick Roy, eOne Canada).

104 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1610 (Vincenzo Guzzo, Cinémas Guzzo).

105 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1655 (Carolle Brabant, Téléfilm Canada).

M<sup>me</sup> Thompson de Vérité Films a mentionné qu'il y avait peu de distributeurs de films au Canada anglais. Pour le lancement du film *Corner Gas: The Movie* en décembre 2014, Vérité Films a dû innover en choisissant un modèle de distribution autonome. Cette stratégie de diffusion sur de multiples plateformes a permis de créer un événement et d'interagir avec l'auditoire à l'aide des médias sociaux. Cette stratégie a été couronnée de succès et sept millions de spectateurs ont vu le film<sup>106</sup>. Selon M<sup>me</sup> Thompson, Téléfilm Canada devrait innover davantage en appuyant les producteurs qui n'ont pas un distributeur :

Les producteurs qui ont essuyé un refus ou qui ne sont pas en mesure d'accéder aux fonds des distributeurs canadiens, mais qui peuvent démontrer qu'il existe un marché et une source de financement crédible pour leurs films devraient pouvoir être admissibles au financement de Téléfilm. C'est ce que nous avons fait et cela a fonctionné. Ce serait très utile si Téléfilm avait un petit département qui appuyait les producteurs du berceau au tombeau, c'est-à-dire aux étapes du financement créatif, de la commercialisation et de la distribution<sup>107</sup>.

M. Joly de CineCoup Media a expliqué que la distribution et la commercialisation comportaient des défis pour les producteurs :

[à] mon avis, tourner le film est une chose, mais la commercialisation en est une autre, et c'est là le réel enjeu. Pour moi, ce qui compte toujours, c'est de savoir comment obtenir plus d'argent pour mener des activités d'impression et de publicité novatrices<sup>108</sup>.

Il est particulièrement difficile pour les producteurs indépendants canadiens de concurrencer les grandes productions américaines, qui dépensent des sommes importantes pour la publicité et la promotion. Pour M. Joly, les nouvelles plateformes permettent « d'éliminer les intermédiaires<sup>109</sup> », d'avoir un accès direct au public et d'interagir avec lui.

Pour M<sup>me</sup> Vivier de Musique et Film Manitoba, il est temps de repenser la distribution cinématographique :

[I]e gouvernement pourrait inciter le marché à s'ouvrir davantage au contenu canadien en élargissant la définition du terme « distribution ». Les producteurs pourraient alors utiliser d'autres formes de distribution et stimuler la concurrence<sup>110</sup>.

Monique Simard, président et chef de la direction de la SODEC, et M<sup>me</sup> Collin de l'AQPM, ont également demandé de revoir le rôle des distributeurs dans la chaîne de valeur. M<sup>me</sup> Collin a suggéré d'examiner « l'exploitation des salles, le rôle de la distribution traditionnelle en salle comparée aux autres plateformes, les sources de financement et

---

106 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1540 (Virginia Thompson, Vérité Films).

107 *Ibid.*, 1545.

108 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1610 (J. Joly, CineCoup Media).

109 *Ibid.*, 1550.

110 Musique et Film Manitoba, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, p. 5.

ainsi de suite<sup>111</sup> ». Pour M<sup>me</sup> Simard, la stratégie de distribution actuelle « ne favorise pas le cinéma national, qu'il soit canadien ou québécois<sup>112</sup> ».

M. Petrollini d'Ernst & Young a souligné que l'argent amassé par les producteurs est principalement versé dans la production, « et non dans les affiches et la publicité, qui sont des coûts entraînés par la distribution des films<sup>113</sup> ». Selon lui, il est encore rare de voir des entreprises de production réinvestir des crédits d'impôt générés en excès dans la publicité pour la promotion de leurs films. M. Petrollini a lancé l'idée que les distributeurs de films aient « un accès à une réduction d'impôt sur la vente de longs métrages canadiens<sup>114</sup> » et ce, dans le but de promouvoir la promotion de l'industrie de la distribution ici au Canada. Tel que mentionné précédemment, Robert Lantos, propriétaire de Serendipity Point Films, a fait une suggestion similaire, c'est-à-dire que les fonds investis pour commercialiser les films canadiens « soient admissibles aux mêmes crédits d'impôt que la production de films canadiens<sup>115</sup> ».

Il y a un consensus qui s'est dégagé lors de nos travaux sur le fait que les Canadiens connaissent peu ou mal les longs métrages canadiens. Jack Blum, directeur exécutif de REEL Canada, a été particulièrement éloquent à ce sujet :

Les élèves et les nouveaux Canadiens à qui nous nous adressons connaissent très mal le cinéma canadien. Ce ne sont pas seulement les élèves, mais aussi leurs professeurs, leurs directeurs, leurs entraîneurs, leurs conseillers d'orientation et, bien franchement, leurs parents qui sont très peu sensibilisés aux longs métrages canadiens. La pente que nous avons à gravir pour accroître la sensibilisation aux longs métrages canadiens est extrêmement abrupte<sup>116</sup>.

REEL Canada tente de remédier à la situation en organisant des séances de projection à travers le pays pour faire connaître les films canadiens. Par ailleurs, M. Blum, estime qu'un pas dans la bonne direction a été fait il y a quelques années lorsque Téléfilm Canada a décidé d'inclure « la célébration internationale<sup>117</sup> » des films comme un critère d'évaluation des projets.

La Fondation Québec Cinéma a une mission similaire à REEL Canada et fait la promotion du cinéma québécois, ses artistes, ses artisans et ses professionnels au Québec et au Canada. Elle organise annuellement la Tournée du cinéma québécois (la Tournée) afin de faire la promotion des films québécois dans les écoles du Québec et de

---

111 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1555 (Marie Collin, AQPM).

112 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1620 (Monique Simard, SODEC).

113 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1540 (Lui Petrollini, Ernst & Young).

114 *Ibid.*, 1545.

115 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1650 (Robert Lantos, Serendipity Points Films).

116 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1640 (Jack Blum, REEL Canada).

117 *Ibid.*, 1645.

la Francophonie canadienne. Selon son directeur, François Lemieux, il y a encore du travail pour faire rayonner le cinéma québécois dans certaines provinces<sup>118</sup>.

Pour M. Hennessy de l'ACPM, une meilleure promotion des films canadiens au Canada et à l'étranger permettrait d'attirer des capitaux étrangers, de créer des emplois et de rehausser la fierté des Canadiens par les œuvres cinématographiques réalisées au Canada. M. Hennessy croit que les ministères du Patrimoine canadien et Affaires étrangères, Commerce et Développement Canada (MAECD) pourraient travailler de concert pour élaborer « une stratégie internationale de promotion, de commerce, et d'exportation<sup>119</sup> ». Il a rappelé que le MAECD, par l'intermédiaire du consulat canadien à Berlin, a aidé une délégation commerciale canadienne lors du Festival du film de Berlin<sup>120</sup>. M. Handling du FIFT a également invité le gouvernement fédéral à soutenir l'exportation des industries culturelles canadiennes, y compris le cinéma canadien :

Il serait extrêmement efficace d'instaurer un programme de financement visant à développer des marchés mondiaux pour permettre aux producteurs de films, aux artistes et aux organismes artistiques canadiens de promouvoir les industries culturelles canadiennes à l'étranger. Toutes les autres grandes industries du film reconnaissent maintenant l'importance cruciale du marché mondial<sup>121</sup>.

M<sup>me</sup> Collin de l'AQPM soutient également que la mise en marché des films québécois et canadiens est déficiente. Les enjeux relatifs à la promotion, l'accessibilité et la consommation des films canadiens devraient être confiées à un groupe consultatif sur le long métrage, qui regrouperait les différents joueurs de l'industrie<sup>122</sup>.

Notons que des témoins ont soulevé des inquiétudes quant à une certaine concentration du marché entre les mains de grandes entreprises de distribution au Canada. Louis Dussault, secrétaire du Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec (RDIFQ), a exprimé ses craintes suite à la fusion d'eOne Canada et d'Alliance Films en 2012 :

En effet, il est assez ironique de constater que Entertainment One, qui a fusionné trois compagnies québécoises et ontariennes de cinéma, contrôle 90 % des fonds publics, en plus de constituer un abri fiscal. Cette compagnie s'arrange pour ne pas payer d'impôts<sup>123</sup>.

Ce phénomène de consolidation dans le secteur de la distribution laisserait « de moins en moins de place au cinéma d'auteur<sup>124</sup> ». Le président du RDIFQ, Andrew Noble,

---

118 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1615 (François Lemieux, directeur, Tournée du cinéma québécois, Fondation Québec Cinéma).

119 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1545 (Michael Hennessy, ACPM).

120 *Ibid.*, 1600.

121 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1645 (Piers Handling, FIFT).

122 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1535 (Marie Collin, AQPM).

123 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1535 (Louis Dussault, secrétaire, Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec (RDIFQ)).

124 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1535 (Andrew Noble, président, Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec (RDIFQ)).

a demandé que les entreprises de distribution s'impliquent financièrement dans le développement du cinéma d'auteur au Québec. Par ailleurs, M. Noble a fait remarquer aux membres du Comité qu'il n'était pas possible pour un distributeur indépendant du Québec d'accéder au marché du Canada anglais, en vertu des règles en vigueur à Téléfilm Canada<sup>125</sup>.

M. Provencher de Québecor Média Inc. a fait le même constat quant au phénomène de concentration dans le secteur de la distribution dans le marché francophone. M. Provencher prône l'élimination progressive de « la contrainte de la projection en salle<sup>126</sup> », afin de rejoindre les publics sur les nouvelles plateformes de diffusion. De plus, il estime qu'il faut revoir la répartition du risque entre les distributeurs et les producteurs. Les distributeurs sont exposés financièrement alors que les producteurs « encourent très peu des risques<sup>127</sup> ».

## Chapitre 5 : La diffusion

La diffusion consiste à transmettre des produits audiovisuels aux consommateurs. Elle peut être divisée en quatre fenêtres de diffusion : les salles de cinéma, la télévision, la vidéo sur demande et les services par contournement.

### Les salles de cinéma

Pendant de nombreuses années, les salles de cinéma étaient la fenêtre de diffusion principale pour visionner un film. Au fil des années, les exploitants de salles de cinéma ont été confrontés à une concurrence accrue provenant des nouvelles plateformes de diffusion. Nuria Bronfman, directrice principale à la Movie Theatre Association of Canada (MTAC), a expliqué que les cinémas ont investi environ 400 millions de dollars au cours des dernières années pour adopter la technologie de projection numérique. Ils offrent ainsi une expérience audiovisuelle de grande qualité. Neil Campbell, président et directeur général de Landmark Cinémas of Canada, a bien résumé la compétition et les enjeux du secteur :

La compétition augmente tous les jours en raison du dur impact des DVD dont le prix de détail est très bas, de la location accrue de films, de la prévalence des systèmes de cinéma maison, des services de télévision à la carte et de la télévision satellite, à quoi s'ajoutent un grand nombre de nouveaux postes de télévision ainsi que d'autres options de divertissement à l'extérieur de la maison, comme des événements sportifs, des concerts et des clubs. Il y a aussi, bien sûr, le malheureux problème du vol de films à l'échelle internationale qu'on appelle le piratage<sup>128</sup>.

---

125 *Ibid.*, 1620.

126 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1640 (André Provencher, Québecor Média Inc.).

127 *Ibid.*, 1635.

128 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1535 (Neil Campbell, Directeur, MTAC, et président et directeur général, Landmark Cinemas of Canada).

M. Campbell a précisé qu'il y a une relation directe entre le succès d'un film en salle et celui sur les autres plateformes. Par ailleurs, la période de projection exclusive des films en salle est le principal défi auquel les propriétaires de cinéma sont confrontés. Anne Fitzgerald, directrice à la MTAC et chef juriste chez Cinéplex Divertissement, a expliqué que le maintien de la période de projection exclusive est une condition *sine qua non* à la survie des cinémas<sup>129</sup>.

M<sup>me</sup> Bronfman de la MTAC a expliqué que les propriétaires de salles n'ont « aucun contrôle sur la qualité des films produits<sup>130</sup> ». M. Guzzo des Cinémas Guzzos, et M. Papalia des Cinémas Ciné Entreprises, ont établi une relation de cause à effet entre les genres de film produits au Canada et l'affluence dans les salles. Ils ont rappelé que le principal objectif est d'offrir un produit divertissant aux consommateurs, et de produire des films qui attirent un vaste public.

Des producteurs affirment éprouver des difficultés à diffuser leurs films dans les salles de cinéma. Pour M<sup>me</sup> Jonas de New Real Films, les exploitants de cinémas donnent la priorité aux grandes productions américaines. Dans ces circonstances, il est « difficile de faire paraître les productions canadiennes sur les petits ou les grands écrans<sup>131</sup> ». Pour M<sup>me</sup> Brabant de Téléfilm Canada, il est clair que les films indépendants « occupent moins de temps d'écran et moins d'écrans dans les salles de cinéma commerciales<sup>132</sup> ». Les représentants d'eOne Canada<sup>133</sup>, de l'ACDEF et du RDIFQ<sup>134</sup> ont également relevé cet état de fait. M. Roy d'eOne Canada a rappelé que la grande majorité des recettes générées dans les salles de cinéma au Canada provenaient des films américains<sup>135</sup>. Il y a un phénomène de consolidation dans les domaines de la radiodiffusion et de la propriété des salles de cinéma qui restreignent « les options pour la distribution au Canada des films canadiens<sup>136</sup> ».

De leur côté, les membres de la MTAC ont répliqué aux critiques formulées par les producteurs et les distributeurs. M<sup>me</sup> Fitzgerald de la MTAC a tenu à préciser que les cinémas offraient « du temps d'écran prolongé<sup>137</sup> » aux films canadiens. M<sup>me</sup> Fitzgerald a ajouté que la contribution des propriétaires de salles de cinéma prenait également la forme « d'un soutien à la commercialisation et à la promotion, de l'adhésion à divers

---

129 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1540 (Anne Fitzgerald, directrice principale, MTAC; Chef juriste, Cinéplex Divertissement).

130 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1530 (Nuria Bronfman, directrice principal, MTAC).

131 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1550 (Jennifer Jonas, ACPM).

132 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1655 (Carolle Brabant, Téléfilm Canada).

133 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1635 (Patrick Roy, eOne Canada).

134 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1630 (Andrew Noble, RDIFQ).

135 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1635 (Patrick Roy, eOne Canada).

136 *Ibid.*, 1640.

137 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1545 (Anne Fitzgerald, Cinéplex Divertissement).

offices canadiens du film, de l'investissement dans la collectivité et de l'engagement communautaire<sup>138</sup> ».

## La télévision

Les télédiffuseurs, tant privés que publics, ont fait l'objet de critiques quant à leur volonté réelle de soutenir l'industrie canadienne du long métrage. Paul Pope, producteur et co-président du comité de long métrage de l'ACPM, a demandé un engagement plus ferme de leur part dans le soutien des longs métrages canadiens, tant en termes de production, de diffusion que de promotion :

Il est impérieux de trouver dans notre trousse d'outils stratégiques des moyens efficaces d'inciter les télédiffuseurs canadiens du secteur privé et CBC/Radio-Canada à participer davantage au financement de films canadiens, à en mettre à l'horaire au moment où les Canadiens sont le plus susceptibles de les regarder et à en faire activement la promotion<sup>139</sup>.

Ce point de vue est partagé par les représentants de New Real Films<sup>140</sup> et l'ACTRA<sup>141</sup>. Selon les représentants M. Roy d'eOne Canada et M. Lewis de l'AIES<sup>142</sup>, les radiodiffuseurs privés préfèrent se concentrer « sur les séries et la télé-réalité bon marché<sup>143</sup> ». Il affirme qu'ils pourraient en faire davantage, principalement pour les longs métrages anglophones :

Au Canada anglais, l'investissement accru dans le contenu télévisuel et la popularité croissante de ce contenu ont fait en sorte que les films sont devenus moins importants pour les radiodiffuseurs, qui demeurent privilégiés et protégés, mais qui ne respectent pas les exigences relatives à la production cinématographique<sup>144</sup>.

Plusieurs témoins ont demandé que CBC/Radio-Canada, de par son statut de radiodiffuseur public national, en fasse plus. M. Roy d'eOne Canada estime que la Société doit devenir « la vitrine du cinéma canadien<sup>145</sup> ». De son côté, l'ACPM a fait état de la place différente accordée aux longs métrages canadiens par les réseaux anglais et français de CBC/Radio-Canada. Si Radio-Canada soutient adéquatement les films francophones, il en irait autrement pour CBC. Le RDIFQ<sup>146</sup>, l'ACPM<sup>147</sup> et la GCR<sup>148</sup> ont

---

138 *Ibid.*

139 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1535 (Paul Pope, producteur, Pope Productions; coprésident du comité du long métrage, ACPM).

140 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1540 (Jennifer Jonas, ACPM).

141 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1700 (Stephen Waddell, ACTRA).

142 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1710 (John Lewis, AIES).

143 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1640 (Patrick Roy, eOne Canada).

144 *Ibid.*

145 *Ibid.*

146 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1615 (Andrew Noble, RDIFQ).

147 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1535 (Paul Pope, ACPM).

148 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

recommandé d'accorder des ressources supplémentaires à la Société pour « contribuer au développement, à la production et à la présentation de films canadiens de langue anglaise<sup>149</sup> ».

Les témoins ont interpellé le CRTC pour qu'il revoie certaines de ces politiques et conditions de licence imposées aux télédiffuseurs afin qu'ils soutiennent davantage l'industrie canadienne du film. Il a été question d'imposer des exigences en matière de dépenses et de programmations des émissions canadiennes. Plusieurs témoins ont recommandé que le CRTC crée une catégorie distincte pour le long métrage en matière d'émissions d'intérêt national (ÉIN)<sup>150</sup>. Le but serait de garantir un financement et une promotion convenables des longs métrages canadiens par les télédiffuseurs. Cette recommandation a été suggérée par l'ACPM<sup>151</sup>, l'ACDEF, eOne Canada, Elevation Pictures<sup>152</sup> et l'ACTRA<sup>153</sup>.

La GCR et l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec<sup>154</sup> sont allées plus loin en demandant que les télédiffuseurs consacrent 1 % de leurs revenus pour soutenir la création de longs métrages canadiens. Cette hausse dépasserait le seuil actuel des exigences de dépenses de groupe au titre des ÉIN, qui est de 5 %<sup>155</sup>. À l'inverse, Québecor Media Inc. s'est opposé à l'ajout de nouvelles règles contraignantes à l'endroit des diffuseurs canadiens<sup>156</sup>.

De son côté, l'ACPM a soumis un projet pilote d'une durée de trois ans au FMC dans le but de favoriser une plus grande participation des télédiffuseurs au financement des longs métrages canadiens. Le projet comporte deux volets. Le premier consiste à ajuster le seuil des droits de diffusion alors que le second suppose une légère modification de la méthode de calcul des enveloppes de rendement. Les deux projets s'adressent essentiellement aux films canadiens de langue anglaise<sup>157</sup>.

---

149 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1535 (Paul Pope, ACPM).

150 Les émissions d'intérêt national, telles que définies par le CRTC, englobent les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée et les émissions canadiennes de remise de prix spécifiques qui rendent hommage à des créateurs et artistes canadiens. Les longs métrages font partie de cette catégorie.

151 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1535 (Paul Pope, ACPM).

152 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1700 (Naveen Prasad, Elevation Pictures).

153 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1650 (Stephen Waddell, ACTRA).

154 Association canadienne de réalisateurs et réalisatrices du Québec, *Mémoire au Comité permanent du patrimoine canadien*, 5 mai 2015, p. 2.

155 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

156 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1635 (André Provencher, Québecor Média).

157 Association canadienne de la production médiatique, *Proposition au Fonds des médias du Canada*, janvier 2015, p. 1.

## La vidéo sur demande et les services de contournement

Les représentants du ministère du Patrimoine canadien ont mentionné qu'il n'était plus rare que des films soient accessibles directement sur les plateformes numériques<sup>158</sup>. Le public peut maintenant découvrir des films provenant de plusieurs pays, sur une panoplie de nouvelles plateformes et ce, dans le confort de leur foyer. La vidéo sur demande est une forme de visionnement de plus en plus populaire. Il permet au consommateur de sélectionner le contenu qui l'intéresse, au moment qu'il choisit, parmi un catalogue proposé par le télédiffuseur.

La Politique réglementaire du CRTC pour les services de télévision à la carte de 2012 énonce que :

« les titulaires de services de télévision à la carte (TVC) d'intérêt général de langue anglaise sont tenus, par condition de licence, de fournir (...) au moins douze longs métrages canadiens de langue anglaise (y compris tous les nouveaux longs métrages canadiens se prêtant à la TVC et satisfaisant aux dispositions du Code)<sup>159</sup> ».

M. Southam du GCR a demandé au CRTC de clarifier ce qu'il veut dire par les termes « *se prêtant à* » dans sa décision<sup>160</sup>.

## Les services de contournement

De leur côté, les services de contournement regroupent la programmation télévisuelle et cinématographique qui est livrée directement aux consommateurs par l'Internet. Ces fournisseurs de services comprennent entre autres iTunes et Netflix. Les représentants de l'ACDEF<sup>161</sup>, Elevations Pictures<sup>162</sup> et la GCR<sup>163</sup> ont rappelé que les services de contournement n'étaient pas touchés par les règlements canadiens « ce qui mine la base de nos secteurs de production cinématographique et télévisuelle<sup>164</sup> ». Toutefois, la majorité des témoins s'entendent pour dire que la situation est complexe.

Pour M. Brault du CAC et M. Noble du RDIFQ<sup>165</sup>, des questions demeurent quant au soutien accordé au contenu canadien par ces services :

Il est intéressant de constater que beaucoup de Canadiens y sont abonnés, mais Netflix ne réinvestit rien dans la capacité créative du Canada. La grande question pour nous, c'est que si l'argent ne vient pas de ce genre de réseaux, nous devons nous assurer que

---

158 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 février 2015, 1545 (Jean-François Bernier, ministère du Patrimoine canadien).

159 CRTC, [Politique de réglementaire de radiodiffusion CRTC 2013-561. Cadre réglementaire de radiodiffusion à la carte](#), 23 octobre 2013, para. 14.

160 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

161 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1700 (Richard Rapkowski, ACDEF).

162 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1730 (Naveen Prasad, Elevation Pictures).

163 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

164 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 9 mars 2015, 1700 (Richard Rapkowski, ACDEF).

165 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 6 mai 2015, 1530 (Andrew Noble, RDIFQ).

les bailleurs de fonds publics et privés sont plus conscients de l'importance de chaque investissement afin de garantir l'existence d'une capacité de créer du contenu canadien<sup>166</sup>.

Pour M. Bernier de Patrimoine canadien, un des défis pour les organismes publics est d'obtenir « des statistiques disponibles, fiables et abordables<sup>167</sup> » sur la consommation

---

166 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1730 (Simon Brault, CAC).

167 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 février 2015, 1530 (Jean-François Bernier, ministère du Patrimoine canadien).

de films en ligne et les recettes générées sur ces plateformes. Les représentants de Téléfilm Canada, l'AQPM<sup>168</sup> et la GCR<sup>169</sup> ont fait écho aux propos de M. Bernier sur cette question. Selon M<sup>me</sup> Brabant de Téléfilm Canada, un accès aux données sur le visionnement sur les services de contournement permettrait « de savoir ce qu'on pourrait faire de plus pour rejoindre les Canadiens<sup>170</sup> ».

## Les festivals

Les différents festivals de films qui se tiennent à travers le monde permettent de faire la promotion des films, de susciter un intérêt envers ceux-ci et d'identifier des acheteurs potentiels. Il n'est plus rare de voir des films canadiens être choisis en vue d'une projection à ces événements et y obtenir des prix. Par exemple, trois films canadiens étaient en nomination au Festival international du film de Cannes de 2014. Dans le cadre de ses programmes, Téléfilm Canada soutient les festivals canadiens et la participation de films canadiens aux marchés et festivals de films à l'étranger. De leur côté, les propriétaires de cinémas membres de la MTAC appuient plusieurs festivals à travers le pays.

Nous avons offert un accès aux salles, du temps d'écran et de l'aide à la commercialisation au Festival international du film de Toronto, au Canadian Film Circuit, au Festival des films du monde de Montréal au Festival du film juif de Montréal, au Festival du film juif de Toronto, au Festival international du film de Vancouver et au Festival international du film de Calgary. Il ne s'agit là que de quelques-uns des centaines de festivals du film que nos membres soutiennent<sup>171</sup>.

Au Canada, le FIFT est devenu une destination incontournable dans le circuit des festivals. M. Williamson de Brightlight Pictures compte sur le FIFT afin de pouvoir offrir et vendre ses films sur le marché<sup>172</sup>.

Pour M. Handling du FIFT, le Festival est le « meilleur tremplin pour lancer les films canadiens sur la scène mondiale<sup>173</sup> ». Depuis sa création en 1976, le FIFT a pris de l'expansion pour devenir un événement pancanadien :

Depuis plus de 20 ans, nous amenons aussi des films dans plus de 152 régions situées dans toutes les provinces canadiennes. Ce circuit de projection très spécial, ce modèle que plusieurs pays ont étudié, se compose de clubs de cinéma, de festivals du film organisés par des groupes communautaires, d'écoles, de galeries d'art et même de bibliothèques<sup>174</sup>.

---

168 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1600 (Marie Collin, AQPM).

169 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 11 mai 2015, 1530 (Tim Southam, GCR).

170 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 23 mars 2015, 1720 (Carolle Brabant, Téléfilm Canada).

171 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 27 avril 2015, 1545 (Anne Fitzgerald, Cinéplex Divertissement).

172 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1540 (Shawn Williamson, Brightlight Picture).

173 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1645 (Piers Handling, FIFT).

174 *Ibid.*

M. Leitch de la MPPIABC a expliqué qu'il y a des similarités entre l'industrie du long métrage et l'industrie du tourisme, notamment au niveau des retombées sur l'économie locale :

Je considère que cette industrie ressemble beaucoup à l'industrie du tourisme, surtout en ce qui concerne l'argent dépensé par les États-Unis pour les services. Et cela s'applique également à l'industrie canadienne du long métrage et de la télévision. Nous appuyons certainement des centaines et des milliers de marchands dans une communauté. C'est extrêmement stimulant pour la communauté, non seulement sur le plan financier, mais également sur le plan culturel<sup>175</sup>.

La MPPIABC entend collaborer plus étroitement avec l'industrie touristique de la Colombie-Britannique au cours des années à venir.

---

175 CHPC, [Témoignages](#), 2<sup>e</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 25 février 2015, 1600 (Peter Leitch, MPPIABC, North Shore Studios).

# LISTE DES RECOMMANDATIONS

---

## Recommandation 1

Le Comité recommande que le gouvernement fédéral maintienne son soutien global à l'industrie canadienne du long métrage.

## Recommandation 2

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien examine et revoie avec les intervenants de l'industrie canadienne du long métrage la problématique de la réduction des crédits d'impôt fédéraux (communément appelé la « dilution ») et des lourdeurs administratives associées à leur réclamation.

## Recommandation 3

Le Comité invite le ministère du Patrimoine canadien à consulter les différents bailleurs de fonds et bénéficiaires de subventions pour des longs métrages afin de rationaliser et de simplifier les procédures administratives actuelles et d'alléger le fardeau administratif des joueurs de l'industrie.

## Recommandation 4

Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien travaille de concert avec le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens, l'Agence du revenu du Canada et Téléfilm Canada à l'élaboration de mécanismes afin de veiller à ce que les bénéficiaires d'un financement du gouvernement fédéral pour les longs métrages soient en règle et n'aient pas de litiges en cours dans d'autres juridictions au Canada.

## Recommandation 5

Le Comité recommande que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes considère la création d'une catégorie spéciale pour les longs métrages canadiens à titre d'émissions d'intérêt national afin de leur garantir une diffusion, un financement et une promotion appropriés.

## **Recommandation 6**

**Le Comité recommande que le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes considère d'examiner sa politique sur les émissions d'intérêt national en vue de maintenir et de promouvoir plus particulièrement la production de longs métrages et de documentaires canadiens.**

## **Recommandation 7**

**Le Comité recommande que le ministère du Patrimoine canadien appuie les activités de marketing des producteurs de films canadiens au Canada et à l'étranger.**

## **Recommandation 8**

**Le Comité recommande que le gouvernement fédéral confirme son engagement à l'égard de la formation dans le domaine audiovisuel et qu'il appuie les programmes de formation dans ce secteur en collaboration avec les provinces.**

## **Recommandation 9**

**Constatant le recul des doublages faits au Canada, le Comité recommande que les organismes de soutien tels que Téléfilm Canada ainsi que le Fonds des médias du Canada reconnaissent la concurrence accrue dans le domaine du doublage francophone et s'assurent de mettre à jour leurs programmes de soutien face à l'effritement du doublage fait au Canada.**

## **Recommandation 10**

**Le Comité recommande que CBC/Radio-Canada considère d'accroître sa capacité à diffuser des productions canadiennes et à appuyer les talents canadiens que les Canadiens veulent voir, tant en anglais qu'en français, notamment en offrant des contenus canadiens sur ses nouvelles plateformes numériques.**

## **Recommandation 11**

**Le Comité recommande que le Conseil des arts du Canada favorise encore plus l'expérimentation et la créativité sur les différentes plateformes médiatiques.**



# ANNEXE A

## LISTE DES TÉMOINS

Organismes et individus	Date	Réunion
<p><b>Ministère du Patrimoine canadien</b></p> <p>Jean-François Bernier, directeur général Industries culturelles</p> <p>Johanne Mennie, directrice Bureau de certification des produits audio-visuels canadiens - BCPAC</p> <p>Scott White, directeur Politique et programmes du film et de la vidéo</p>	2015/02/23	34
<p><b>Brightlight Pictures</b></p> <p>Shawn Williamson, président Membre de Motion Picture Production Industry Association of British Columbia</p> <p><b>North Shore Studios</b></p> <p>Peter Leitch, président Président de Motion Picture Production Industry Association of British Columbia</p> <p><b>William F. White International Inc.</b></p> <p>Paul Bronfman, président et directeur général</p> <p>David Hardy, vice-président Relations avec l'industrie et le gouvernement</p>	2015/02/25	35
<p><b>Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films</b></p> <p>Richard Rapkowski</p> <p><b>CineCoup Media Inc.</b></p> <p>J. Joly, directeur général et fondateur</p> <p><b>Dentons Canada</b></p> <p>Ken Dhaliwal, associé</p> <p><b>Elevation Pictures</b></p> <p>Naveen Prasad, vice-président exécutif et directeur général</p> <p><b>Entertainment One</b></p> <p>Patrick Roy, président Entertainment One Films Canada et Les Films Séville</p> <p><b>Ernst &amp; Young</b></p> <p>Lui Petrollini, associé Médias et divertissement</p>	2015/03/09	36
<p><b>Canadian Media Production Association</b></p> <p>Michael Hennessy, président et chef de la direction</p>	2015/03/23	37

Organismes et individus	Date	Réunion
<p><b>Canadian Media Production Association</b></p> <p>Marc Séguin, vice-président principal, Politique</p>	2015/03/23	37
<p><b>Conseil des Arts du Canada</b></p> <p>Simon Brault, directeur et chef de la direction, Bureau du directeur</p> <p>Youssef EL Jai, chef, Service des arts médiatiques</p>		
<p><b>New Real Films</b></p> <p>Jennifer Jonas, productrice, Coprésidente de Feature Film Committee, Canadian Media Production Association</p>		
<p><b>Office national du film du Canada</b></p> <p>Claude Joli-Coeur, commissaire du gouvernement à la cinématographie et président</p>		
<p><b>Pope Productions</b></p> <p>Paul Pope, producteur, Coprésident de Feature Film Committee, Canadian Media Production Association</p>		
<p><b>Téléfilm Canada</b></p> <p>Carolle Brabant, directrice générale</p> <p>Michel Pradier, directeur, Financement des projets</p>		
<p><b>Alliance internationale des employés de scène</b></p> <p>John Lewis, vice-président international et directeur des affaires canadiennes</p>	2015/04/27	42
<p><b>Association des cinémas au Canada</b></p> <p>Nuria Bronfman, directeur principal</p> <p>Raffaele Papalia, président Président, Ciné Entreprise</p>		
<p><b>Cinémas Guzzo</b></p> <p>Vincenzo Guzzo, vice-président Président de l'Association des propriétaires de cinémas du Québec</p>		
<p><b>Cinéplex Divertissement</b></p> <p>Anne Fitzgerald, chef juriste Directrice, Movie Theatre Association of Canada</p>		
<p><b>Landmark Cinemas of Canada</b></p> <p>Neil Campbell, président et directeur général Directeur, Movie Theatre Association of Canada</p>		

<b>Organismes et individus</b>	<b>Date</b>	<b>Réunion</b>
<b>REEL CANADA</b> Jack Blum, directeur exécutif	2015/04/27	42
<b>Screen Industries Research and Training Centre, Sheridan College</b> John Helliker, directeur		
<b>Association québécoise de la production médiatique</b> Marie Collin, présidente-directrice générale Brigitte Doucet, directrice générale adjointe	2015/04/29	43
<b>Fondation Québec Cinéma</b> François Lemieux, directeur Tournée du cinéma québécois		
<b>Serendipity Point Films</b> Robert Lantos, propriétaire		
<b>Société de développement des entreprises culturelles</b> Monique Simard, présidente et chef de la direction		
<b>Toronto International Film Festival Inc.</b> Piers Handling, président-directeur général		
<b>Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA)</b> Sarah Gadon, membre Stephen Waddell, directeur exécutif national	2015/05/06	45
<b>Cinespace Film Studios</b> Jim Mirkopoulos, vice-président		
<b>Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec</b> Louis Dussault, secrétaire Andrew Noble, président		
<b>Union des Artistes</b> Daniel Charron Sophie Prigent, présidente		
<b>Vérité Film inc.</b> Virginia Thompson, présidente et chef de production		
<b>Alliance des producteurs francophones du Canada</b> René Savoie, administrateur	2015/05/11	46

Organismes et individus	Date	Réunion
<b>Guilde canadienne des réalisateurs</b> Dave Forget, directeur des politiques Bureau national Tim Southam, président Bureau national	2015/05/11	46
<b>Moving Picture Company</b> Michelle Grady, directrice de film		
<b>Québecor Média inc.</b> André Provencher, vice-président, création et développement international, Contenu QMI		
<b>TELUS</b> Prem Gill, directeur Programmation et Contenu Ann Mainville-Neeson, vice-présidente Politique de radiodiffusion et Affaires réglementaires		

# **ANNEXE B LISTE DES MÉMOIRES**

---

## **Organismes et individus**

---

**Association des propriétaires de cinémas du Québec (APCQ)**

**Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec**

**Canada Film Capital**

**Conseil des Arts du Canada**

**Dentons Canada**

**FilmOntario**

**Musique et Film Manitoba**

**Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec**

**Union des Artistes**

**Writers Guild of Canada**



# DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT

Conformément à l'article 109 du Règlement, le Comité demande au gouvernement de déposer une réponse globale au présent rapport.

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents ([réunions n<sup>os</sup> 34 à 37, 42, 43, 45, 46, 49 et 50](#)) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

Gordon Brown



## **OPINION COMPLÉMENTAIRE DU NOUVEAU PARTI DÉMOCRATIQUE DU CANADA**

Le Nouveau Parti démocratique du Canada (NPD) tient tout d'abord à exprimer toute son appréciation, et à remercier chaleureusement tous les témoins qui ont pris de leur temps précieux afin de permettre la réalisation de cette étude. Elle marque certainement un jalon important et essentiel dans la réflexion des parlementaires sur l'industrie cinématographique au Canada, dans le contexte de l'évolution extrêmement rapide de la technologie qui permet aux Québécois et Canadiens de consommer leur cinéma, depuis la dernière étude entreprise à ce sujet lors de la 38<sup>e</sup> législature.

La conjoncture ne saurait être plus critique pour maintenir l'appui du gouvernement du Canada dans l'industrie cinématographique, tant au Québec que dans le reste du Canada. La concurrence mondiale peut s'avérer particulièrement rude. C'est pourquoi, avec le succès international que connaissent de nombreux réalisateurs canadiens, des Atom Egoyan à Xavier Dolan en passant par David Cronenberg, Denis Villeneuve et Jean-Marc Vallée, le soutien public envers le 7<sup>e</sup> art est plus important que jamais. Cet état de fait est également tout à fait applicable avec nos artisans derrière la caméra. L'expertise canadienne chez nos techniciens est reconnue mondialement, et nous ne pouvons que nous en réjouir.

À ce sujet, nous tenons à rappeler que l'essence de cette opinion complémentaire du NPD se veut dans la continuité de cette vaste étude réalisée lors de la 38<sup>e</sup> législature.

### **A. Téléfilm Canada**

Nombreux ont été les témoins qui, de manière successive, ont souligné le travail important de Téléfilm Canada pour soutenir nos créateurs d'ici, et pour leur permettre d'obtenir le soutien voulu pour le développement de projets cinématographiques. Le NPD ne pourrait être plus d'accord avec cette affirmation et salue le travail infatigable de toute l'équipe de Téléfilm Canada pour le rayonnement de notre culture.

À ce titre, plusieurs témoins ont recommandé l'annulation des compressions budgétaires à Téléfilm Canada, et à remettre ses crédits parlementaires au niveau qu'ils étaient en 2012.

Dans les rapides bouleversements de l'univers numérique, il est rassurant et emballant de constater que nos organismes publics, comme Téléfilm Canada, savent se réinventer et créer des avenues innovantes pour la production, la distribution et la diffusion de créations canadiennes, dans un contexte de compressions budgétaires, comme le soulignait Mme Marie Collin de l'AQPM.

C'est pourquoi le NPD tient à ce que transparaissent dans ce rapport l'opinion favorable quasi unanime des témoins en ce qui a trait à Téléfilm Canada.

## **B. Les plateformes de contournement**

Le NPD aimerait également souligner un enjeu systémique inhérent à la multiplication des nouvelles plateformes de diffusion.

Le public canadien et les parlementaires savent que des politiques publiques efficaces et raisonnées sont développées à l'aide de faits, données et statistiques les plus à jour et les plus complets.

C'est pour cette raison que le NPD souscrit entièrement à la recommandation émise par Carole Brabant de Téléfilm Canada, lorsqu'elle a soutenu qu'il était impératif que les services de contournement puissent fournir aux autorités gouvernementales, tout comme le font les plateformes et médias traditionnels, des données sur les détails de leurs services, tels que les habitudes des consommateurs, les films canadiens disponibles, les revenus générés et les dépenses associées à ces services.

Ces données sont essentielles pour avoir un meilleur portrait de l'état de l'écosystème de diffusion au Canada, et peuvent incidemment influencer sur les politiques publiques pour qu'elles puissent mieux s'adapter à ce nouvel environnement.

## **C. L'industrie du doublage au Québec**

Le NPD a été très sensible à la revendication émise par l'Union des Artistes (UDA) en ce qui a trait à la situation critique dans laquelle se trouve l'industrie du doublage au Québec.

Le NPD salue les efforts importants et significatifs auxquels ont été contraints les membres de l'UDA en acceptant une baisse marquée de leur cachet, afin de rester concurrentiels dans le marché mondial du doublage en français. Cette situation, clairement hors de l'ordinaire, ne devrait pas diluer ou obscurcir le fait que les acteurs publics doivent s'intéresser de près à ce segment de l'industrie cinématographique.

Le NPD se réjouit donc que le rapport fasse mention des revendications de l'UDA dans les recommandations de ce rapport.

#### D. CBC/Radio-Canada

Sans l'ombre d'un doute, le diffuseur public joue un rôle central dans les efforts visant à faire connaître au public toute la richesse des productions cinématographiques québécoises et canadiennes. Son rôle est essentiel. CBC/Radio-Canada doit recevoir les ressources nécessaires pour s'acquitter de son mandat en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*.

Le NPD souhaite que le diffuseur public dispose des ressources suffisantes pour poursuivre et augmenter son rôle de premier plan comme diffuseur de choix des productions cinématographiques canadiennes. Radio-Canada devrait, toujours dans les deux langues officielles, agir comme vitrine d'excellence pour notre talent, tant devant que derrière la caméra, en maintenant sa position de leader de l'intégration du contenu canadien dans les nouvelles plateformes numériques.



**EXAMEN DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DU LONG MÉTRAGE**  
**PAR LE COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN**

**OPINION COMPLÉMENTAIRE LIBÉRAL**

**Stéphane Dion**  
**Porte-parole libéral pour le Patrimoine canadien**  
**5 juin 2015**

Au nom du Caucus libéral, j'appuie le rapport du Comité et souhaite que le gouvernement y donne suite. Bien qu'il soit loin de couvrir adéquatement tous les enjeux, ce rapport, s'il était mis en œuvre, contribuerait à l'amélioration des conditions de production, de promotion et de diffusion des longs métrages canadiens dans les marchés francophones et anglophones, canadiens et internationaux.

Je tiens d'entrée de jeu à remercier tous ceux et toutes celles qui ont pris le temps de partager leurs points de vue avec le Comité, soit en y comparaisant soit en lui faisant parvenir un mémoire. Je remercie aussi le personnel du Parlement pour son appui remarquable et tiens à souligner la cordialité qui a prévalu entre les membres du Comité.

Le rapport du comité laisse de côté plusieurs aspects cruciaux de l'industrie du long métrage canadien. Le Comité faillit ainsi en partie à son mandat, qui était de faire le bilan du chemin parcouru depuis son rapport de 2005, « *Scénario, grand écran et auditoire : une nouvelle politique du film pour le XXI<sup>ème</sup> siècle* » et de « *formuler des recommandations au gouvernement sur l'aide accordée à l'industrie cinématographique canadienne* ».

Compte tenu des témoignages entendus, le Caucus libéral considère qu'il est nécessaire d'ajouter quatre recommandations au Rapport afin de répondre aux besoins suivants:

- *Il faut reconnaître le rôle crucial de Téléfilm Canada dans toute politique du film canadien pour le XXI<sup>ème</sup> siècle;*
- *Il faut étudier la possibilité de devancer le paiement des crédits d'impôts afin de faciliter les montages financiers et d'améliorer la qualité des films produits avec l'aide gouvernementale;*
- *Il faut explorer les façons de favoriser la promotion du cinéma canadien;*
- *Compte tenu des changements importants dans la façon dont on « consomme » aujourd'hui les longs métrages, il est impératif que nous ayons des données fiables sur la distribution faite par les services de contournement.*

## 1. Restaurer le budget de Téléfilm Canada à son niveau de 2011-2012

Comme le mentionne le Rapport du comité, « *la très grande majorité des témoins ont reconnu d'emblée le rôle clé joué par Téléfilm Canada dans le développement, la production et la commercialisation des longs métrages au Canada. (...) Plusieurs ont tenu à rappeler que Téléfilm Canada avait procédé à une diminution de 10% de son budget échelonné sur trois ans en 2011-2012.* » (para. 46)

Entre autres témoins, Mme Marie Collin, Présidente de l'AQPM, a salué le travail réalisé par les dirigeants de Téléfilm Canada qui, malgré les compressions imposées par le gouvernement, « *ont tenté de toucher le moins possible au cœur de leur fonctionnement* ». <sup>1</sup>

Plusieurs témoins, issus des milieux de la distribution, de la production et des bailleurs de fonds, <sup>2</sup> ont insisté sur l'importance de réinvestir dans le budget de Téléfilm Canada, en raison de son rôle essentiel dans la production et la diffusion de contenu canadien.

La première recommandation du Caucus libéral reflète le point de vue des témoins entendus sur le rôle crucial que joue Téléfilm Canada dans l'écologie générale du long métrage canadien :

***Il est recommandé que le gouvernement réinvestisse dans Téléfilm Canada.***

## 2. Devancer le versement des crédits d'impôts

Outre le rôle central des subventions accordées à la production de longs métrages par Téléfilm Canada, grand nombre de témoins ont identifié les crédits d'impôt fédéraux comme l'autre instrument prioritaire à la disposition du gouvernement pour encourager la production de films canadiens et de films étrangers tournés au Canada, laquelle contribue à la santé du secteur, à la compétence de nos artisans et au maintien de milliers d'emplois.

Le rapport du comité couvre une des préoccupations principales soulevées par plusieurs des témoins entendus, soit la dilution des crédits d'impôt en fonction des crédits d'impôt provinciaux (Recommandation 2), mais il ignore totalement un autre aspect de la question soulevé par ces mêmes témoins, à savoir la date du versement des crédits. Ces crédits ne sont versés qu'après que l'Agence du revenu du Canada ait

---

<sup>1</sup> Chambre des Communes, Comité permanent du Patrimoine canadien, Témoignages, 2<sup>ème</sup> session, 41<sup>e</sup> législature, 29 avril 2015, 1535.

<sup>2</sup> M. Peter Leitch, Motion Picture Production Industry Association of British Columbia; M. Patrick Roy, Entertainment One Films Canada et Les Films Séville; M. Naveed Prasad, Elevation Pictures; M. Michael Hennessy, CMPA; Mme Sarah Ker-Hornell, Film Ontario; Mme Carolle Brabant, Téléfilm Canada; M. John Lewis, IATSE; M. Jack Blum, REEL CANADA; Mme Marie Collin, AQPM; M. Piers Handling, Toronto International Film Festival Inc. (TIFF); Mme Virginia Thompson, Vérité Films Inc.; M. Steve Waddell, ACTRA; M. René Savoie, APFC; M. David Carter, Capital Film Canada; Mme Sophie Prigent, UDA; M. François Lemieux, Fondation Québec Cinéma.

reçu et examiné la déclaration des revenus. Ces délais diminuent la valeur de ces crédits car tant qu'ils ne sont pas versés, les producteurs doivent emprunter auprès d'institutions financières pour financer leur film. Les intérêts à verser sur les sommes avancées font en sorte que moins d'argent peut aller à la production, ce qui peut affecter la qualité des films produits.

C'est la raison pour laquelle certains témoins<sup>3</sup> ont recommandé qu'une partie du paiement soit versé au départ, tandis que le reste ne serait versé qu'après la reddition de compte finale. Le Caucus libéral est sensible aux représentations faites à ce chapitre et fait donc la recommandation suivante :

***Il est recommandé que le ministère du Patrimoine canadien, en partenariat avec le ministère des Finances, examine la possibilité de devancer le versement de 75% ou de 85% des crédits d'impôt destinés à appuyer la production de longs métrages canadiens.***

### 3. Promotion et marketing

De nombreux témoins<sup>4</sup> ont souligné que l'un des principaux obstacles au succès des films canadiens est le manque de ressources consacrées à la promotion et au marketing. Ils ont demandé un appui du gouvernement fédéral dans ce domaine, pour la commercialisation domestique et internationale sur les plateformes diversifiées, y compris les plateformes numériques. On a fait valoir que les productions américaines disposent souvent de budgets de marketing supérieurs aux budgets de production de films canadiens. En effet, comment les Canadiens peuvent-ils avoir accès aux films dont le gouvernement appuie la production et dont la qualité est internationalement reconnue s'ils n'en ont jamais entendu parler?

Il est opportun de noter que ce thème avait déjà été abordé lors de l'étude du Comité du patrimoine en 2005 et fait l'objet d'une recommandation spécifique. Dix ans plus tard, et sans aucune action de la part du gouvernement, le problème est exacerbé par les changements de modes de consommation du public causés par les changements technologiques.

Plusieurs solutions ont été mises de l'avant. Certains témoins ont invité Téléfilm Canada à inclure dans ses critères de sélection la nécessité d'avoir une allocation suffisante pour la promotion et le marketing. Plusieurs intervenants ont insisté sur le

---

<sup>3</sup> M. Peter Leitch, Motion Picture Production Industry Association of British Columbia; M. Michael Hennessy, CMPA; Mme. Sarah Ker-Hornell, Film Ontario; Mme Marie Collin, AQPM; la Writers' Guild of Canada (WGC).

<sup>4</sup> M. Luigi Petrollini, Ernst & Young; M. Patrick Roy, Entertainment One Films Canada et Les Films Séville; Mme Carole Brabant, Téléfilm Canada; Mme Nuria Bronfman, Movie Theatre Association of Canada; M. Neil Campbell, Landmark Cinemas of Canada; Mme Anne Fitzgerald, Cineplex Entertainment; M. Vincenzo Guzzo, Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec, Cinémas Guzzo; M. John Lewis, IATSE; M. Robert Lantos, Serendipity Point Films; Mme Virginia Thompson, Vérité Films Inc.; M. Stephen Waddell, ACTRA; M. Tim Southam, DGC; M. David Carter, Canada Film Capital; M. Joly, CineCoup Media; Mme Marie Collin, AQPM; Mme Monique Simard, SODEC; M. Piers Handling, TIFF; M. Jack Blum, REEL Canada.

rôle important des télédiffuseurs à ce chapitre, et tout particulièrement celui du diffuseur public national, compte tenu du fait que les films canadiens jouissent en général d'un accès très limité aux salles de cinéma.

Au-delà de la cinquième recommandation générale incluse dans le Rapport du comité concernant l'appui que le gouvernement doit donner à la mise en marché des films canadiens dont il finance en partie la création, une suggestion a particulièrement retenu notre attention : étendre le régime de crédits d'impôt aux dépenses de marketing. Cette mesure, si elle était adoptée, devrait être applicable à des initiatives novatrices visant à promouvoir les films canadiens et à engager les auditoires. Par conséquent,

***Il est recommandé que le ministère du Patrimoine canadien et le ministère des Finances étudient la faisabilité de rendre certaines activités de commercialisation des longs métrages canadiens admissibles au Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne.***

#### **4. Accès à des données d'auditoire fiables**

Pour pouvoir établir des politiques et des programmes pertinents aux objectifs culturels et aux enjeux du jour, il faut disposer de données d'auditoire fiables et à jour. Presque tous les témoins entendus et les mémoires soumis ont fait valoir que c'est d'autant plus important actuellement que les nouvelles technologies ont complètement bouleversé la façon dont le public entend parler des productions cinématographiques et consomme ces dernières.

Il est essentiel de disposer de données solides sur les nouvelles habitudes des consommateurs face aux nouvelles plateformes de distribution. Comme le disait le représentant même de Patrimoine canadien au début des audiences, un des défis pour les organismes publics est d'obtenir « *des statistiques disponibles, fiables et abordables* » sur la consommation de films en ligne et les recettes générées sur ces plateformes.<sup>5</sup> Selon Mme Carolle Brabant de Téléfilm Canada, un accès aux données sur le visionnement de longs métrages par l'entremise des services de contournement permettrait de « *savoir ce qu'on pourrait faire de plus pour rejoindre les Canadiens* ». <sup>6</sup> En conséquence :

***Il est recommandé que le ministère du Patrimoine canadien et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) rassemblent des données sur les services de contournement, notamment sur les habitudes des consommateurs, la disponibilité des films canadiens, les revenus générés et les dépenses associés à ces services.***

---

<sup>5</sup> Voir para. 103 du Rapport du Comité

## Conclusion

Le Rapport du Comité permanent du Patrimoine canadien sur l'industrie canadienne du long métrage est le résultat d'une consultation qui, sans être aussi exhaustive que celle de 2005, a mis le doigt sur plusieurs enjeux importants dans les marchés francophones et anglophones et suscité une série de recommandations fort intéressantes de la part des intervenants. Il doit donc être examiné avec attention par le gouvernement. Le Caucus libéral y souscrit, mais propose d'ajouter quatre recommandations essentielles :

- *Reconnaître le rôle crucial de Téléfilm Canada dans toute politique du film canadien pour le XXI<sup>ème</sup> siècle en réinvestissant dans sa capacité d'exercer son mandat et d'atteindre ses objectifs;*
- *Envisager le devancement des crédits d'impôts afin de faciliter les montages financiers;*
- *Explorer toutes les façons d'améliorer la promotion et le marketing de nos films;*
- *Enfin, obtenir des données fiables sur la consommation de longs métrages par l'entremise des services de contournement.*

S'il est mis en œuvre, le Rapport ainsi amendé, favorisera la création, la promotion et la diffusion des longs métrages canadiens et aidera l'industrie dans son ensemble à surmonter les défis de l'ère du numérique. Ainsi, le gouvernement du Canada pourra plus solidement épauler une industrie qui est importante non seulement pour notre culture, mais aussi pour notre économie et notre rayonnement international comme nation.

Nous exhortons donc le gouvernement à prendre toutes les mesures nécessaires à la mise en œuvre du Rapport du Comité et de l'Opinion complémentaire du Caucus libéral.

