



Mémoire de  
L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE  
DE LA PRODUCTION MÉDIATIQUE (AQPM)

Présenté au  
Ministre des Finances  
du gouvernement du Canada  
et au Comité permanent des finances  
de la Chambre des communes

Dans le cadre des  
consultations prébudgétaires 2014

Le 6 août 2014



## **SOMMAIRE**

L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM, nouveau nom de l'APFTQ) représente la production indépendante au Québec en audiovisuel. Le volume global de la production cinématographique et télévisuelle au Canada a été de plus de 5,8 milliards de dollars pour 2012-2013. Tout le secteur a été la source, directe et indirecte, de 127 700 emplois équivalents temps plein (ETP) et il a ajouté 7,6 milliards de dollars au PIB national.

Pour le prochain budget du gouvernement fédéral, voici nos priorités :

- 1) Accroître l'offre canadienne en télévision et en cinéma
- 2) Stimuler la coproduction internationale
- 3) Augmenter l'efficacité du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC)

L'AQPM remercie le Comité permanent des finances de la Chambre des communes de l'opportunité qui nous est donnée de présenter les priorités de notre industrie. Veuillez agréer l'expression de nos sentiments les plus distingués.

Marie Collin  
Présidente directrice générale



## **INTRODUCTION**

L'AQPM représente plus de 150 entreprises indépendantes de production cinématographique et télévisuelle, soit la majorité des entreprises québécoises produisant pour tous les écrans, en langue française et en langue anglaise.

L'industrie de l'audiovisuel est une industrie culturelle ayant une force économique significative. En 2012-2013, le **volume global** de la production cinématographique et télévisuelle au Canada a été de plus de **5,8 milliards de dollars**<sup>1</sup>.

Tout le secteur a été la source, directe et indirecte, de **127 700 emplois** équivalents temps plein (ETP) au Canada, dont 50 200 emplois (ETP) directs en production cinématographique et télévisuelle. Les emplois créés dans notre secteur font appel à des professionnels, qu'ils soient artistes, techniciens, auteurs, producteurs ou gestionnaires, hautement qualifiés tant d'un point de vue technique qu'artistique. Le revenu du travail issu de la production cinématographique et télévisuelle au Canada s'établissait à 5,9 milliards de dollars et il a ajouté **7,6 milliards de dollars au produit intérieur brut (PIB) national**.

La **valeur de l'exportation** de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, quant à elle, s'établissait à **2,3 milliards de dollars**. Celle-ci mesure l'apport financier étranger qui se compose, entre autres, des préventes et avances de distribution à l'étranger ainsi que de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada.

Finalement, le **volume de la production pour médias numériques convergents**, soit les œuvres numériques associées à des œuvres télévisuelles qui sont créées surtout dans le cadre du programme du Fonds des Médias du Canada (FMC), se chiffrait à **43,4 millions de dollars**. Ce secteur de production a soutenu **1 010 emplois** ETP, directs et indirects, et a ajouté **73,4 millions de dollars au PIB national**.

La production audiovisuelle n'est qu'un maillon de la chaîne de valeur. Elle en crée le contenu, mais les autres maillons – depuis la distribution jusqu'à la présentation en salles et à la radiodiffusion – ajoutent à la valeur économique de celui-ci. Ainsi, **les divers maillons de la chaîne de valeur ont globalement soutenu 233 210 emplois ETP, directs et indirects, et ont ajouté 18,8 milliards de dollars au PIB national**.

Quant aux habitudes de consommation des médias des Canadiens, elles ont continué d'évoluer. Ces derniers ont de plus en plus recours aux plateformes numériques, incluant le cellulaire, pour regarder des films et des émissions de télévision. En effet, entre 2007 et

---

<sup>1</sup> Données extraites du « *Profil 2013 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada* » étude publiée en février 2014 et réalisée par Le Groupe Nordicité Ltée pour le compte du Canadian Media Production Association (CMPA), de l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et le Ministère du Patrimoine canadien (<http://aqpm.ca/data/MqzkBHJY/profil-2013.pdf>).



2012, l'adoption des technologies numériques pour l'écoute d'émissions de télévision est passée de 13 à 34 % pour les Canadiens francophones et de 14 à 38 %, pour les Canadiens anglophones<sup>2</sup>. Même si les divers modes d'écoute gagnent la faveur des Canadiens, les données démontrent que le téléviseur classique reste, de loin, la principale plateforme utilisée. **La moyenne annuelle d'écoute sur le téléviseur classique par personne continue de se situer à un peu plus de 26 heures par semaine**, tandis que la moyenne sur les technologies numériques ne dépasse pas 3 heures par semaine et s'ajoute à l'écoute sur le téléviseur classique.

En conclusion, peu importe la plateforme d'écoute, les Canadiens continuent d'apprécier le cinéma et les émissions de télévision de chez nous et d'ailleurs. Si le Canada veut conserver une place importante dans l'offre audiovisuelle faite aux Canadiens, le soutien à la production est fondamental.

Voici donc les priorités de notre secteur pour le budget fédéral de 2015, et ce, afin de répondre à deux des thèmes prioritaires du gouvernement, soit d'accroître la compétitivité des entreprises canadiennes par la recherche, le développement, l'innovation et la commercialisation ainsi que d'optimiser le nombre et le type d'emplois pour les Canadiens.

#### *PRIORITÉ #1 – Accroître l'offre canadienne en télévision et en cinéma*

D'entrée de jeu, nous tenons à souligner la sagesse du gouvernement qui a choisi de rendre permanent le financement du FMC. L'apport d'environ 300 millions de dollars du FMC en 2012 a contribué à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur globale de 1,15 milliards de dollars. Le FMC est le plus important bailleur de fonds pour la production télévisuelle au Canada.

À l'heure actuelle, Patrimoine canadien contribue quelques 130 millions de dollars par année au FMC, ce qui représente approximativement le tiers du fonds et les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) contribuent quelques 250 millions de dollars, calculés sur la base de leurs revenus d'abonnement en distribution de radiodiffusion, soit les deux tiers du fonds.

L'adoption des technologies numériques par les Canadiens a un impact à la baisse sur les revenus d'abonnement en distribution de radiodiffusion des EDR et, par conséquent, sur le montant de leurs contributions au FMC. De plus, à l'issue de la consultation « Parlons télé » du Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications du Canada (CRTC), une baisse supplémentaire de ces revenus des EDR est également à prévoir. Ainsi, l'évolution

---

<sup>2</sup> Voir note 1



des habitudes de consommation des Canadiens aura pour conséquence l'appauvrissement de la production de contenu audiovisuel d'ici et la diminution de l'offre. Ce qui va à l'encontre de la demande canadienne puisque le contenu d'ici, particulièrement au Québec et de plus en plus dans le reste du Canada, est très apprécié par les Canadiens.

À une autre époque, il avait été décidé que les EDR, puisque le contenu audiovisuel radiodiffusé était au cœur de leurs services, devaient contribuer au Fonds Canadien de Télévision (FCT – rappelons que le FMC est né de la fusion du FCT et du Fonds des nouveaux médias du Canada en 2010) et pouvaient en octroyer une partie aux Fonds de production indépendants certifiés (FPIC), afin de soutenir la production du contenu qu'ils transportaient aux consommateurs. À l'heure actuelle, ce contenu est également distribué par les EDR sur des plateformes numériques mais les revenus qui en découlent ne font pas partie de la base de calcul des contributions au FMC.

Ce même contenu est aujourd'hui essentiel pour tous les fournisseurs de services Internet (FSI), qui eux aussi le transportent aux consommateurs, et il devient de plus en plus important pour les fournisseurs de mobilité (FM). Pourquoi continuent-ils à ne récolter que les bénéfices de l'évolution de la consommation canadienne du contenu audiovisuel sans contribuer à sa production ? Cette question, demeurée sans réponse jusqu'à présent, nécessite maintenant une intervention du gouvernement afin d'accroître l'offre de contenu audiovisuel canadien et de suivre l'évolution des habitudes de consommation des Canadiens.

C'est pourquoi, nous demandons que des contributions supplémentaires soient faites au FMC, soit en imposant des contributions aux FSI et aux FM, soit en modifiant les lois concernées afin de donner le pouvoir au CRTC de le faire. De plus, nous demandons que la base de calcul des contributions soit élargie pour y inclure tous les revenus liés à la consommation du contenu audiovisuel sur les plateformes numériques. Nous sommes persuadés que la révision du système de radiodiffusion canadien, entreprise par le CRTC, fera ressortir l'indispensabilité de nos demandes.

En bout de piste, nous persistons à demander que soit également attribuée au FMC une partie des gains qui seront récoltés par le gouvernement lors de chacune des ventes aux enchères du spectre au Canada, dont celle pour le spectre des services sans fil évolués-3 (SSFE-3).

Avec un financement accru, le FMC sera en mesure de mieux appuyer les productions télévisuelles ainsi que les productions convergentes et dédiées aux plateformes numériques et il pourra également soutenir de plus en plus de productions cinématographiques. Un meilleur financement est dans l'intérêt de toute l'industrie, y



compris des fournisseurs de transport de ces contenus, puisqu'il se traduira en une meilleure offre pour les Canadiens sur la plateforme de leur choix.

### *PRIORITÉ #2 – Stimuler la coproduction internationale*

L'AQPM apprécie les pas significatifs effectués par le gouvernement fédéral au cours des dernières années dans le dossier de la coproduction internationale. En premier lieu, soulignons que la politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités a été mise en vigueur. D'ailleurs, le gouvernement a déjà commencé à négocier avec de nouveaux pays – un traité international avec l'Inde a même été signé – et la ronde de négociation pour actualiser les traités existants est en cours. L'AQPM ne peut qu'applaudir ces démarches et encourager le gouvernement dans cette voie.

La tendance des dernières années qui démontre une décroissance de la coproduction de langue française nous préoccupe grandement. En effet, le volume de coproduction de langue française a chuté de 32 % entre 2011 et 2012 et représente en 2012 le plus bas volume de production depuis dix ans<sup>3</sup>. Le nombre de coproductions certifiées avec la France, notre partenaire principal en français, est passé de 19 en 2009 à 9 en 2013<sup>4</sup>.

Afin de stimuler la coproduction de langue française et la coproduction en général, notamment pour répondre à la demande générée par les nouveaux traités internationaux, nous recommandons au gouvernement d'octroyer à Téléfilm Canada une somme additionnelle de 10 millions de dollars. Celle-ci servira à créer un effet de levier pour déclencher plus de coproductions internationales officielles et permettra de créer un incitatif à la coproduction de langue française, ceci en respect des critères et paramètres de Téléfilm Canada s'appliquant à la coproduction.

### *PRIORITÉ #3 – Augmenter l'efficacité du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC)*

Rappelons que l'objectif principal du CIPC est de « stimuler l'essor d'une industrie nationale de production cinématographique ou magnétoscopique viable au Canada »<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> À l'exception de l'année 2009. Voir note 1

<sup>4</sup> Source : Téléfilm Canada

<sup>5</sup> Avant-propos des lignes directrices du Programme de CIPC publiées le 31 mars 2010



En 2012-2013, le CIPC a soutenu la production québécoise deux fois moins que le crédit d'impôt provincial<sup>6</sup>. L'écart est généralement plus marqué pour les productions de langue française, ayant moins accès aux sources de financement étrangères.

Afin d'encore mieux rencontrer l'objectif principal du CIPC et d'en augmenter l'efficacité, nous vous demandons d'assouplir les règles du programme, et ce, pour toutes les productions audiovisuelles canadiennes. Pour ce faire, nous vous recommandons de circonscrire l'effet réducteur des aides gouvernementales et non gouvernementales, dans le but de moins réduire le coût de la production servant à déterminer la valeur de la main-d'œuvre admissible au crédit d'impôt. Cet assouplissement pourrait prendre la forme d'une limite en pourcentage de l'effet réducteur de toutes les aides ou bien, de la prescription de certaines aides pour lesquelles il n'y aurait plus d'effet réducteur.

L'effet bénéfique de cet assouplissement se ferait plus largement sentir pour la production québécoise, particulièrement en français, et serait d'autant plus appréciée en étant effective au moment où le crédit d'impôt provincial a été réduit de 20 %.

---

<sup>6</sup> Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante, Observatoire de la culture et des communications du Québec, Édition 2013