



Mémoire

Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec (GTAAQ)

29 novembre 2024



Introduction

L'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) regroupe, représente et conseille plus de 150 entreprises québécoises de production indépendante en cinéma, télévision et web, soit la vaste majorité des entreprises québécoises produisant ou coproduisant pour tous les écrans, en langue française, en langue anglaise ou dans les langues autochtones.

En juin 2024, le ministre de la Culture et des Communications, Mathieu Lacombe, a annoncé la création du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec (GTAAQ) coprésidé par Monique Simard et Philippe Lamarre dont le mandat est d'analyser et de réviser le système de financement de la production télévisuelle et cinématographique québécoise. En octobre, le Groupe a publié un questionnaire auquel l'AQPM désire répondre, afin de contribuer à cette grande réflexion.

Avant toute chose, il importe de rappeler quelques éléments entourant le contexte politique, économique et social dans lequel s'inscrit cette consultation. Un document fourni en annexe brosse un portrait plus détaillé de l'environnement dans lequel l'industrie évolue. Soulignons néanmoins que le secteur de la production audiovisuelle traverse actuellement une période d'incertitude risquant de fragiliser d'importants maillons de la chaîne de valeur et d'ébranler fortement l'écosystème en entier.

L'analyse du financement de la production audiovisuelle québécoise doit tenir compte du rôle joué par les instances fédérales. En effet, Patrimoine Canadien (PCH), le Fonds des médias du Canada (FMC), Téléfilm Canada (Téléfilm), CBC/Radio-Canada (SRC), le programme de Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC), l'Office national du film (l'ONF) et dans une moindre mesure, le Conseil des Arts du Canada (CAC) sont indissociables du financement de la télévision et du cinéma québécois. Or, la précarité du budget alloué à certaines de ces institutions par le gouvernement canadien est préoccupante. C'est notamment le cas pour le FMC et Téléfilm pour lesquels des sommes additionnelles consenties par PCH viennent bientôt à échéance ou tardent à être pérennisées. De plus, l'arrivée imminente d'un nouveau gouvernement à Ottawa pourrait influencer le soutien octroyé à ces mêmes institutions ainsi qu'à la SRC. La mise en œuvre de la *Loi sur la diffusion continue en ligne* qui vise l'intégration des plateformes de diffusion en ligne dans le giron du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pourrait par ailleurs être interrompue selon le parti qui briguera le pouvoir aux prochaines élections. À cet égard, la dernière consultation lancée par le CRTC sur la définition du contenu canadien, le niveau et la nature des dépenses qui pourraient être exigées des plateformes, pourrait ne pas entraîner les bénéfices escomptés. Le CRTC semble s'engager sur une voie de dérèglementation des diffuseurs traditionnels ainsi que vers un abandon de la protection historiquement consenties à certains genres d'émissions qualifiées d'intérêt national et à la production indépendante.



À la page 17 de l'Annexe, on constate aussi que les contributions attendues des plateformes aux fonds de production existants (incluant le FMC et les Fonds de production indépendants certifié ou FPIC) ne compensent pas les baisses de leurs revenus enregistrée dans la dernière décennie. Considérant la part occupée par le diffuseur public, Téléfilm, le FMC et les FPIC, dans le financement de la production canadienne de langue française (pages 9 et 10 de l'Annexe), la décroissance de leurs budgets respectifs provoque déjà un impact sur le volume de contenu québécois réalisé et sur la santé des entreprises de production indépendante. À l'échelle du Québec, le ministère de la Culture et des Communications (MCCQ), la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), le programme de Crédit d'impôt pour production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ), Télé-Québec, le Conseil des arts et des lettres (CALQ), TV5 Québec-Canada (TV5) et TV5 Québec Numérique sont les leviers essentiels dont dispose le gouvernement pour soutenir le financement et le rayonnement de la production audiovisuelle québécoise. D'autres ministères comme celui de l'Éducation et celui de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIEQ) collaborent également à quelques initiatives notamment au niveau de la jeunesse et de l'adoption de nouvelles technologies.

Lors du budget provincial du 10 mars 2020, tout juste trois jours avant que la santé publique ne mette le Québec sur pause à cause de la COVID-19, le gouvernement du Québec avait octroyé un budget historique à la SODEC pour cinq ans qui aura permis de doubler l'enveloppe destinée au développement et à la production de longs métrages, de mettre sur pied des programmes d'aide à la production télévisuelle et un programme d'aide corporative depuis longtemps réclamé par les entreprises de production indépendantes. Ces mesures incluaient également des montants réservés à la production d'animation qui ont mené à la sortie en salle de trois longs métrages jeunesse en 2023 dont l'un a amassé plus de 1,5 million \$ en recettes-guichet. À cela s'ajoutaient d'autres sommes pour l'exportation et pour défrayer en 2022 les coûts liés au [Plan pour consolider, faire briller et propulser le milieu culturel](#).

L'an dernier, le gouvernement a également augmenté le plafond des dépenses de main-d'œuvre admissibles au programme de Crédit d'impôt pour production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ), le faisant passer de 50 % à 65 % des dépenses admissibles à la suite de représentations de l'AQPM et d'autres parties prenantes de l'industrie. Enfin, Télé-Québec a reçu une allocation supplémentaire de 100 millions \$ sur cinq ans pour la production jeunesse ainsi que 20 millions \$ sur deux ans destinés à financer du contenu grand public.

En tenant compte de la part occupée par la SODEC dans le financement de la production télévisuelle (7 % du financement total) et cinématographique (35 % du financement total) et de l'importance de Télé-Québec dans l'offre de contenus nationaux, notamment en jeunesse, le renouvellement du budget historique de la SODEC au-delà du 31 mars 2025 et la stabilité du financement du diffuseur national



sont prioritaires pour l'AQPM. (voir les pages 9 et 10 de l'Annexe. La part de la SODEC se trouve dans les portions *Autre financement public* des diagrammes illustrant la production de langue française)

Parallèlement, les changements dans les habitudes d'écoute des auditoires ont aussi des répercussions sur le bon fonctionnement de l'industrie dans son ensemble. Il a été question de l'impact de la popularité des abonnements aux plateformes en ligne sur le financement du FMC et des FPIC, mais elle affecte également à la baisse les revenus publicitaires des télédiffuseurs. La montée de l'écoute de contenu en ligne sur les plateformes majoritairement étrangères et les médias sociaux chez les jeunes davantage bilingues que leurs aînés, dilue la visibilité des contenus québécois. Elle atténue aussi l'intérêt et le sentiment d'appartenance des plus jeunes envers la culture francophone d'ici. Retenir l'attention des publics de 2 à 17 ans, et même chez les 18 à 34 ans, est un défi grandissant qui force à repenser les contenus, les formats, les canaux de diffusion ainsi que leur promotion.

C'est à la lumière de tous ces facteurs que l'AQPM a entamé ses réflexions dans le cadre de la consultation du GTAAQ. Chacune des propositions retenues et énumérées dans le présent document rejoint l'un ou l'autre des objectifs suivants qui ensemble permettront de maintenir la vitalité de notre industrie, la solidité des entreprises de production indépendante et la création de contenus de qualité en mesure de captiver les auditoires d'ici et de l'étranger.

Piliers qui sous-tendent les recommandations de l'AQPM

- Assurer la santé financière de toutes les parties prenantes qui interagissent dans l'industrie audiovisuelle (créateurs, producteurs, distributeurs, diffuseurs et bailleurs de fonds);
- Rétablir un équilibre dans les relations commerciales entre les diffuseurs et les producteurs afin de créer de véritables partenariats;
- Optimiser le rôle de Télé-Québec, de TV5 Québec Canada et de TV5 Québec numérique;
- Favoriser une concertation interministérielle pour assurer l'avenir de l'industrie audiovisuelle en reconnaissant notamment que les contenus audiovisuels sont des véhicules à privilégier pour assurer l'avenir de la culture québécoise et de la langue française;
- Établir une meilleure concertation entre le MCCQ et le MEIEQ pour reconnaître le rôle économique de l'industrie audiovisuelle et son rôle innovateur en matière de nouvelles technologies;
- Explorer de nouvelles sources de financement;
- Faire de la région de la Capitale-Nationale un pôle majeur de production;
- Favoriser la mise sur pied de fonds régionaux.



1. Stimuler la création et l'émergence des meilleurs talents, idées et histoires

Pour stimuler la création, il faut encourager la prise de risque, mais cela n'est possible que lorsque les assises des entreprises de production sont suffisamment solides pour investir dans le développement de projets audacieux qui permettent à la relève d'évoluer au contact de professionnels d'expérience. À l'heure actuelle, les entreprises de production arrivent très peu ou pas du tout à se payer en phase de développement. Les opportunités pour accueillir les créateurs et les professionnels de la relève sur des projets plus modestes se font aussi de plus en plus rares. À ce titre, les séries de format court et le court métrage seraient de parfaits vecteurs pour gagner du galon et faire de l'exploration en dehors des contraintes imposées par les grilles de programmation.

Les propositions de l'AQPM se concentrent donc sur l'aide au développement, la capitalisation des entreprises de production, l'accompagnement de la relève et la valorisation des contenus de format court.

1. Aide en phase de développement

- Instaurer à la SODEC des programmes d'aide au développement qui soutiennent un ensemble de projets (corporatifs);
- Obtenir les moyens de se doter, comme aux États-Unis, de *writers room* au bénéfice des contenus qui seraient plus compétitifs à l'échelle locale et internationale. Favoriser ainsi l'intégration et la formation de jeunes auteurs dans des équipes de scénaristes pour des projets d'envergure;
- Soutenir la formation de réalisateurs et de scénaristes notamment autochtones et de la diversité pour favoriser l'émergence de récits pouvant rejoindre de nouveaux publics.

💡 En Irlande, Screen Ireland a créé le volet *Locked box* à l'intérieur de son programme d'aide au développement de longs métrages. Si un projet ayant bénéficié de l'aide au développement passe en production, le producteur n'a pas à rembourser l'avance qu'il a reçue et il peut alors la réinvestir dans le développement d'un autre projet.

Locked box development support

Screen Ireland development funding loans are repayable on the first day of principal photography. Now, for Irish feature film development, this repayment will be held by Screen Ireland for that relevant production company to re-invest in the development of new Irish feature film projects. This re-investment is subject to project eligibility criteria – that is, projects that would normally qualify for [Irish Feature Film Development funding](#) – and a maximum allocation of €75,000 per project.

2. Mettre en place des mesures pour mieux capitaliser les entreprises et ainsi favoriser la prise de risques en développement

- Octroyer la possibilité au producteur de se payer en développement;

- Que la SODEC permette au producteur, dans les structures de récupération, de récupérer ses investissements et ses crédits d'impôt de façon prioritaire;
- Que les préventes internationales apparaissant à la structure de financement soient reconnues comme un investissement du producteur dans la structure de récupération.

💡 En Allemagne, le financement de la production audiovisuelle est disponible à l'échelle fédérale, mais également dans chacune des régions du pays. L'objectif de ces fonds régionaux est de promouvoir la culture et les industries locales. Les fonds fédéraux sont versés sous forme d'avance non-remboursables¹ Le financement octroyé par les fonds régionaux sont récupérables selon un pourcentage préétabli des revenus d'exploitation du producteur APRÈS que celui-ci a récupéré ces propres investissements².

3. Créer des incitatifs d'accompagnement à la relève pour les entreprises de production

- Allouer des sommes supplémentaires dans les budgets des productions pour que la formation de la relève ne soit pas prise à même les devis existants. Cette aide est particulièrement essentielle pour la formation de la relève des différentes communautés;
- Soutenir le repreneuriat en utilisant la banque d'affaires de la SODEC.

4. Remettre de l'avant le format court comme point d'entrée dans l'industrie pour les créateurs et les producteurs de la relève.

- Utiliser Télé-Québec et TV5/Unis pour déclencher du contenu de format court et leur offrir une vitrine;
- Créer des programmes de financement pour le développement et la production de contenus numériques de format court à la SODEC. Une enveloppe de 2,5 millions \$ serait un excellent point de départ;
- Permettre l'accès au crédit d'impôt au format court en documentaire et en magazine en retirant le critère de durée dans la définition de ces genres au programme de CIRQ.³

1 <https://www.screendaily.com/news/germany-to-increase-national-funding-for-filmmakers/5195710.article>
https://www.ffa.de/files/ffa/AV%20Info-Publikationen%20Downloads/spotlight_on_film_funding_in_germany_2024.pdf

2 GUIDE TO GERMAN FILM SUBSIDIES, Greenberg Traurig, 2017, p. 12.

3 La définition actuelle du documentaire est: les documentaires d'une durée minimale de 30 minutes de programmation ou de 20 minutes de contenu audiovisuel ou, dans le cas d'une série, de 30 minutes de programmation ou de 20 minutes de contenu audiovisuel par épisode, à l'exception des documentaires destinés aux personnes mineures, lesquels peuvent être d'une durée moindre; La définition actuelle du magazine prévoit que chacune des émissions d'une série doit avoir une durée minimale de 30 minutes de programmation ou de 20 minutes de contenu audiovisuel;

[Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise - SODEC](#)



2. Soutenir la production de contenus variés de qualité

Pour soutenir la production de contenu varié et de qualité, il faut d’abord redonner les moyens à tous les maillons de la chaîne de valeur d’être suffisamment en santé financière pour prendre des risques afin d’oser et ce, tant dans les modèles d’affaires que dans le contenu. Il est également essentiel de conclure des partenariats de qualité entre les joueurs permettant que tous reçoivent leur juste part des retombées des projets et puissent espérer pérenniser leurs activités.

Pour les diffuseurs, des moyens pour freiner la baisse des revenus publicitaires, voire de les augmenter, seraient assurément salutaires. Pour les entreprises de production indépendantes, un assainissement des relations commerciales avec les diffuseurs permettrait de maximiser la valeur à l’écran et les retombées découlant de l’exploitation des contenus. De plus, un accès plus rapide aux crédits d’impôts anticipés au programme de CIRQ aurait un impact énorme sur les frais d’intérêts versées aux banques pour financer les sommes à recevoir en cours de production et sur les liquidités des entreprises.

Finalement, la création de contenu de qualité passe par l’intégration des technologies récentes de pointe aux outils de travail. Pour faciliter cette évolution des pratiques, le gouvernement du Québec pourrait investir dans la formation continue de la main-d’œuvre de même que dans des infrastructures adaptées pouvant prioritairement accueillir des productions locales à des tarifs abordables.

1. Assurer le financement adéquat des entreprises de production audiovisuelle à travers les programmes de la SODEC en lui accordant le financement nécessaire à sa mission

- Reconduire et augmenter les sommes accordées à la SODEC lors du budget provincial de mars 2020 pour lui permettre d’accroître le soutien qu’elle accorde aux productions cinématographiques et télévisuelles québécoises, en prise de vue réelle et en animation;
- Faire de la production audiovisuelle un moyen pour atteindre les objectifs du Groupe d’action sur l’avenir de la langue française dirigé par le ministre Jean-François Roberge. Tel que le mentionnait l’AQPM dans le mémoire qu’elle a déposé, le 30 avril 2023, dans le cadre des travaux du Groupe :

« Les contenus audiovisuels québécois participent à la vitalité de la langue française telle que nous l’utilisons au Québec. Ils reflètent ce que nous sommes, à la grandeur du territoire. [...] Le maintien et la solidification du lien d’attachement qui existe entre la production nationale et le public québécois est une responsabilité partagée entre les diverses parties prenantes de l’industrie audiovisuelle et le secteur public. Pour y arriver, les producteurs indépendants doivent posséder les moyens financiers suffisants pour porter, sur tous les écrans, du contenu de langue française dont la qualité rivalise avec l’offre étrangère aux yeux des auditoires d’ici et d’ailleurs. Ce contenu, il doit ensuite être promu auprès des



jeunes et du grand public grâce à des stratégies de mise en marché repensées. Il doit se trouver sur leur chemin à tous les instants que ce soit en classe ou dans leurs foyers.⁴ »;

- Assujettir l'accès aux programmes d'aide de la SODEC à certaines conditions industrielles entre les entreprises de production indépendante, les télédiffuseurs ou les distributeurs, le cas échéant (hauteur de licences, partage des revenus d'exploitation, etc.);
- S'assurer que la SODEC finance une variété de contenus produits et créés par des représentants issus des communautés autochtones et de la diversité. Si la création d'enveloppe ciblées n'est pas l'approche préconisée par la SODEC, de la flexibilité au niveau de l'accès aux programmes et des ajustements reflétant les réalités propres aux tournages dans les communautés autochtones, doivent pouvoir être appliquée lorsque cela est nécessaire. Des données permettant à l'industrie de mieux mesurer les avancées à cet égard pourraient être publiées annuellement.

2. Soutenir les diffuseurs en leur permettant d'accroître leurs revenus publicitaires

- Créer un programme de crédit d'impôt pour les annonceurs qui mettent de la publicité dans les médias locaux incluant les diffuseurs traditionnels et leurs plateformes, mais en excluant l'auto-promotion ou la publicité faite par une compagnie affiliée.

3. Assurer la viabilité/stabilité financière des entreprises

- Encadrer les relations contractuelles entre les producteurs et les diffuseurs (budgets adéquats, partage des revenus et des données, etc.);
- Le système d'octroi de l'aide en financement cinématographique a eu pour impact d'inciter les entreprises à se multiplier face à la difficulté, voire à l'impossibilité, d'obtenir du financement pour plus d'un projet de long métrage par dépôt. Il serait opportun de créer des opportunités pour ces entreprises de solidifier leurs assises en mutualisant des ressources ou encore en se fusionnant à condition qu'il leur devienne possible que plus d'un de leurs projets soient soutenus en développement et en production à la suite d'un dépôt si leurs propositions le justifient;
- Donner les moyens à la SODEC de poursuivre le programme [d'Aide corporative à la production télévisuelle](#) et d'augmenter le nombre annuel de bénéficiaires du programme;

⁴ Extrait du mémoire de l'AQPM déposé le 30 avril 2023 auprès du Groupe de travail sur l'avenir de la langue française

💡 En France, le [Centre national du cinéma et de l'image animée](#) (CNC) alloue le financement dédié au contenu cinématographique et audiovisuel à travers des programmes sélectifs en fonction de critères artistiques et par le biais de comptes automatiques aux entreprises de production en fonction de critères économiques. En 2022, environ 60 % du financement pour le développement et la production en cinéma était accordé par le biais des comptes automatiques et près de 80 % pour le contenu audiovisuel destiné à la télévision⁵. Le pointage nécessaire pour accéder à un compte automatique est calculé en fonction de la valeur d'une œuvre établie selon certains paramètres et de la date de la première diffusion en France. La valeur d'un programme de fiction est basée sur le niveau de dépenses françaises par heure produite. Le calcul des comptes documentaire est effectué en fonction du montant investi par le diffuseur dans la production. Un producteur peut affecter jusqu'à 40 % de son compte à des projets en développement ou 60 % si les projets ne font pas l'objet d'une entente avec un télédiffuseur.

- Accélérer le versement des crédits d'impôts en accordant un paiement anticipé au premier jour de tournage.

Au début de l'année 2024, l'AQPM et la CMPA ont confié le mandat à la firme MNP d'évaluer les coûts de portage des crédits d'impôts pour des longs métrages et des séries dramatiques canadiennes de langues originales française et anglaise en fonction de divers taux d'intérêt et de durée des prêts. Le rapport modélise les frais associés au financement des crédits d'impôts pour des prêts variant de trois à 18 mois à des taux d'intérêts de 4 à 7 %. Le rapport conclut que :

« [...] les frais d'intérêts sur une période de trois mois ont été estimés à l'équivalent de 0,3 % à 0,5 % du budget de production. Plus la durée du prêt est longue, plus les frais d'intérêts augmentent. Sur une période de 18 mois, les frais d'intérêts ont été estimés entre 1,6 % et 3,2 % du budget de production. [...] Sur une période de 18 mois, les frais d'intérêts d'un prêt à la production ont été estimés entre 5 % et 9,5 % du crédit d'impôt reçu ⁶. »

À titre d'exemple, pour un long métrage de fiction de langue originale française de 5 000 000 \$ pour lequel la compagnie de production contracterait un prêt de 1 547 100 \$ (soit l'équivalent de 90 % de la somme des crédits d'impôt fédéral et provincial anticipés) à des taux variant de 4 % à 7 %, les frais d'intérêt à couvrir se traduiraient par des coûts allant de 15 471 \$ à 27 074 \$ sur trois mois. Pour un prêt de 18 mois, ces montants iraient de 92 826 \$ à 162 446 \$⁷.

Pour une série télévisée en langue originale anglaise de 27 500 000 \$ produite au Québec dont la compagnie de production contracterait un prêt de 7 549 740 \$ (soit l'équivalent de 90 % de la somme des crédits d'impôt fédéral et provincial anticipés) à des taux variant de 4 % à 7 %, les

⁵ [Rapport d'activité 2022 du CNC](#), p.69.

⁶ MNP LLP, Résultats de recherche par juridiction sur les crédits d'impôt pour le cinéma et la télévision, Août 2024, p.iv

⁷ Idem, p.25.

frais d'intérêt se traduiraient par des coûts allant de 75 497 \$ à 132 120 \$ sur trois mois. Pour un prêt de 18 mois, ces montants iraient de 452 984 \$ à 792 723 \$⁸.

L'étude identifie également les incidences d'avoir à payer de tels frais sur les entreprises de production. Elles prennent la forme de pressions financières accrues sur les liquidités des entreprises, de limites créatives liées à des budgets plus restreints, d'une réduction du nombre d'embauches, d'une hausse des coûts d'opérations et de freins à la croissance des sociétés.

💡 En Irlande, l'[Article 481 de la loi de 1997 sur la consolidation fiscale](#) prend la forme d'un crédit d'impôt pour les productions cinématographiques et télévisuelles (fiction, documentaires et animation) qui prévoit deux méthodes de paiement. La société de production requérante peut choisir de recevoir un seul versement sur présentation de la certification de la production et du rapport final de conformité ou encore en deux versements. En effet, il est possible pour l'entreprise de recevoir 90 % du crédit d'impôt à la réception du certificat culturel et à la soumission d'une demande au fisc et les 10 % restants à la remise du rapport de conformité final. Le paiement anticipé est donc versé en cours de production et calculé sur le budget anticipé. Ce mécanisme a pour avantages d'accéder à des liquidités beaucoup plus rapidement pendant la production et de limiter le recours au financement intérimaire.

- Banque d'affaires : offrir du financement intérimaire aux entreprises au même taux que les banques, mais remettre une portion des revenus d'intérêts perçus dans le financement de l'audiovisuel;
- Instaurer une bonification du CIRQ pour les productions autochtones réalisées dans les communautés en régions éloignées. Les tournages dans ces communautés autochtones engendrent souvent des frais de déplacement et d'hébergement considérables pour les équipes de production, créant ainsi une pression sur des budgets déjà restreints. Une bonification du crédit d'impôt lèverait une barrière importante à la création d'un plus grand nombre de contenus autochtones.

4. Technologie (Tournages virtuels, réalité augmentée, intelligence artificielle)

- Faciliter l'intégration des nouvelles technologies pour bonifier les aspects créatifs et techniques des productions, et pour alléger la charge administrative des entreprises de production (incluant un programme de mise à niveau de la main d'œuvre avec le MTQ);
- S'assurer d'une offre compétitive par le biais d'une aide du MEIEQ pour la mise sur pied d'infrastructures adaptées aux besoins et aux moyens des entreprises de production locales.

Une étude commandée à la firme Raymond-Chabot-Grant-Thornton (RCGT) par le BCTQ, l'AQPM, l'ARRQ, le MEIEQ en collaboration avec le Collège Bart et le studio DNEG ayant pour but de trouver des moyens de mutualiser des infrastructures de tournage virtuelle afin que les

⁸ Idem, p.27.



productions locales puissent y avoir accès sera incessamment publiée. Ce rapport évalue différents modèles d'affaires pour déterminer celui qui serait le mieux adapté aux productions d'ici afin de leur permettre de se démarquer auprès des auditoires locaux et étrangers. L'investissement dans les infrastructures et l'équipement servant à la production virtuelle représente également une opportunité intéressante pour le MEIEQ.

3. Accroître la production de contenus jeunesse

On doit reconnaître l'impact des contenus jeunesse sur le tissu social, sur l'utilisation et la valorisation de la langue française ainsi que sur l'attachement durable des jeunes envers la culture québécoise.

Peu de diffuseurs financent du contenu jeunesse. Télé-Québec et Radio-Canada sont actifs auprès des enfants de 2 à 11 ans, mais le public âgé de 12 à 17 ans et celui des jeunes adultes de 18 à 24 ans ont été délaissés. Or, c'est à cette période que les jeunes se tournent vers les productions étrangères plus audacieuses et qu'ils risquent de ne plus revenir à la production québécoise ultérieurement. Le public jeunesse est plus éparpillé que jamais sur de multiples plateformes et les efforts de promotion pour les rejoindre doivent être repensés.

Les contraintes imposées par les articles 248 et 249 de la *Loi sur la protection du consommateur*⁹ limitent également la capacité des diffuseurs de tirer des revenus publicitaires de la diffusion de contenus destinés à un public de 13 ans et moins. Il y aurait lieu de s'interroger sur la pertinence de maintenir ces dispositions ou de les modifier en abaissant, par exemple, l'âge de l'exclusion ou en limitant le nombre de minutes publicitaires permises.

Investir en contenu jeunesse, c'est une responsabilité collective de former le public de demain en lui fournissant du contenu de qualité dans lequel il se reconnaît. Voici les recommandations de l'AQPM pour y parvenir.

- 1. Créer une enveloppe à la SODEC pour financer du contenu jeunesse (enfants, ado, cinéma, télé, live action et animation) et bonifier l'aide pour le développement et la production d'un contenu plus audacieux destiné à un public de 12+ et jeune adulte.**
- 2. Réviser les dispositions de la *Loi sur la protection du consommateur* qui interdit la publicité destinée aux enfants de 13 ans et moins.**
- 3. Renforcer le rôle de Télé-Québec envers le public jeunesse**
 - Investir dans le contenu jeunesse incluant le préachat de longs métrages et les rendre plus visibles;

⁹ [Loi sur la protection du consommateur](#)



- Limiter/diminuer les achats étrangers afin de favoriser le financement de contenu original québécois avec des budgets de production adéquats;
- Donner une meilleure visibilité aux œuvres québécoises notamment lors de périodes plus propices à l'écoute de ce type de contenu, par exemple avec Ciné-Cadeau lors du temps de fêtes.

4. Promotion : viser plusieurs portes d'entrée (points de contacts) pour atteindre les jeunes et leurs parents

- Influenceurs, plateformes en ligne;
- De concert avec le ministère de l'Éducation, s'assurer que le contenu présenté en classe et les sorties culturelles soient obligatoirement associés à des œuvres québécoises;
- Projeter des films québécois dans les classes de francisation à l'intention des nouveaux arrivants;
- Multiplier les initiatives de médiation culturelle jeunesse (ex. Télé-Québec en classe);
- Ramener le lien en présentiel (spectacles, présences dans les salons du livre, expositions muséales, visites sur les plateaux).

5. Rendre les productions de télé-réalité admissibles au CIRQ en utilisant la même définition que le programme de Crédit d'impôt pour production cinématographiques et magnétoscopiques canadiennes (CIPC)

Les données d'écoute démontrent que les auditoires de 12 à 17 ans apprécient les contenus de télé-réalité dont certaines sont en ondes plus d'un soir par semaine. Les jeunes écoutent ces contenus en famille directement à la télé ou sur les sites internet des diffuseurs, en rattrapage. Dans les deux cas, ils s'y trouvent exposés à d'autres contenus québécois et sont plus susceptibles de les visionner par la suite.

4. Favoriser la diffusion et l'exploitation des contenus afin de les rendre accessibles pour tous les publics et écrans

Plusieurs forces du marché interviennent et interagissent lorsqu'il est question de commercialisation et de diffusion. Les faire évoluer requiert un mélange d'incitatifs, de moyens financiers, d'impositions d'obligations et d'engagement de la part de tous.

- 1. Augmenter la visibilité et la découvrabilité des applications locales sur les téléviseurs intelligents par des voies législatives.**
- 2. Revaloriser le contenu de catalogue sans diffuseur (notamment les longs métrages documentaires et les courts métrages) par le biais de la plateforme de Télé-Québec.**



3. **Améliorer la convivialité, la performance et l'attractivité des plateformes locales, surtout pour la jeunesse** (ex. Coucou, la plateforme de Télé-Québec, est peu fiable et fonctionnelle).
4. **Créer un programme permettant de financer la déclinaison de propriétés intellectuelles audiovisuelles en d'autres biens culturels** (ex. livre, expérience interactive ou muséale, etc.).
5. **Augmenter la présence des contenus sur des plateformes comme YouTube afin de bonifier la visibilité des productions et laisser la possibilité aux entreprises de production d'alimenter les réseaux sociaux en reconnaissant les dépenses engendrées dans les budgets de production.**

5. Améliorer la promotion des contenus à travers toutes les étapes de production et de diffusion, dans les espaces tant traditionnels que numériques

La clé pour réussir à promouvoir du contenu auprès des bons auditoires réside dans la qualité des données sur lesquelles s'appuient les stratégies de mise en marché. Or, les producteurs disposent de très peu de données sur la performance de leurs contenus. Le gouvernement du Québec possède plusieurs leviers pour contraindre les diverses parties prenantes à partager leurs données, au bénéfice non seulement de l'industrie, mais du public lui-même.

1. **Se doter de moyens, par l'entremise d'un cadre législatif, pour exiger davantage de transparence sur le fonctionnement des algorithmes et sur les données d'écoute utiles à la mise en valeur de contenus de la part des plateformes audiovisuelles présentes au Québec;**
 - Faire appel à l'OCCQ pour colliger, analyser et publier les données en le dotant de ressources adéquates pour mener cette mission.
2. **Soumettre les plateformes à des obligations de rapport spécifiques sur les contenus de langue originale française et de langue originale anglaise produits au Québec présents sur les plateformes.**
3. **Permettre aux producteurs de s'impliquer dans la promotion. Élargir les dépenses de publicité admissibles au CIRQ (poste 70).**
4. **Faire une promotion plus large de la plateforme [Où voir ça](#) opérée par Médiafilms afin qu'elle agisse comme repère pour les utilisateurs à la recherche de contenus québécois. Ajouter les productions télévisuelles au moteur de recherche.**
5. **Le MCCQ pourrait favoriser l'adoption d'un référentiel commun pour les métadonnées descriptives des contenus audiovisuels.**



6. Stimuler l'exportation et favoriser le rayonnement des contenus et des talents québécois sur les marchés internationaux

La direction des Affaires internationales, exportation et mise en marché du cinéma de la SODEC possède une expertise incontestable en matière d'accompagnement des entreprises de production indépendante à l'étranger. Tel qu'indiqué à la page 13 de l'Annexe, cette direction a bénéficié elle aussi d'une hausse de son budget en 2020-21 notamment via le programme de promotion et de diffusion. La quantité d'initiatives déployées depuis et l'élargissement de ses activités à la production télévisuelle témoignent de la bonne utilisation des sommes à la disposition de la SODEC. Accompagnement personnalisé dans des marchés, présence accrue du pavillon Québec Créatif dans les festivals majeurs, organisation d'événements pour mettre le focus sur la production québécoise dans les grands marchés, développement de réseaux pour stimuler la coproduction dans de nouveaux territoires n'en sont que quelques exemples.

Par ailleurs, pour pouvoir exporter les contenus d'ici, les budgets de production doivent permettre aux entreprises de créer du matériel promo en amont des marchés comme des bandes annonces ou des épisodes sous-titrés et de produire le matériel créatif en vue d'éventuelles ventes, comme les pistes *music and effects* (M&E) séparées des pistes de dialogues qui sont essentielles au doublage. Finalement, la question de pouvoir libérer les droits d'exploitation auprès des créateurs, des éditeurs musicaux et des détenteurs d'archives pour le monde entier est cruciale pour permettre aux productions de voyager d'un territoire à l'autre. Ces coûts sont trop souvent omis dans les budgets de production en raison des devis restreints qui caractérisent les productions de langue originale française en comparaison avec celles de langue anglaise qui, en télévision, peuvent être de trois à quatre fois plus élevés selon le genre. Pour parvenir à stimuler l'exportation et le rayonnement des contenus québécois, le Gouvernement du Québec devrait veiller à :

- 1. Maintenir et bonifier les programmes de Bonification de la valeur de production et d'Aide à l'exportation.**
- 2. Donner les moyens à la direction des Affaires internationales de la SODEC de poursuivre sa mission de faire rayonner les contenus audiovisuels québécois à l'étranger en multipliant notamment les focus sur le Québec dans des marchés majeurs.**
- 3. Mettre en place des mesures d'aide au codéveloppement de projets avec d'autres agences de financement étrangères pour favoriser l'occurrence de coproductions internationales.**
- 4. Renforcer les liens et les réseaux entre le Québec et les pays de la francophonie afin de stimuler les occasions d'affaires et de coproduction pour les entreprises québécoises.**



5. **Mettre plus de ressources à la disposition de TV5 afin d'acquitter la libération des droits pour faire rayonner les contenus québécois sur TV5 numérique.**

7) Y a-t-il d'autres pistes de solutions ou d'autres éléments que vous aimeriez porter à l'attention du Groupe de travail?

1. Explorer de nouvelles sources de financement pour pallier le déclin des sources traditionnelles

- Ouvrir la porte au financement privé dans les budgets de production ou à la création d'un fonds en contrepartie de reçus de charité sans réduire le crédit d'impôt ni décaler à un palier inférieur la récupération de l'investissement du producteur;
- Ajouter les contributions de tous les Fonds de production indépendants certifiés à la liste des montants d'aide prescrits au programme du CIRQ;
- Redevances sur les abonnements aux services de télécommunication Internet;
- Redevances sur les billets de cinéma sauf sur ceux à tarif réduit pour les enfants et aînés.

2. Soutien à la production régionale

- Créer des enveloppes à la SODEC pour les entreprises de production établies à plus de 150 km de Montréal à l'instar de la Mesure incitative du Fonds des médias du Canada;
- Inciter les régions du Québec à se doter de politiques culturelles et de fonds de production régionaux en support aux producteurs audiovisuels établis dans leurs communautés (en suivant l'exemple de la Ville de Québec). Les inviter également à créer en parallèle des incitatifs pour l'accueil de tournages dans leurs régions. Le gouvernement pourrait faire l'appariement des fonds.

💡 Depuis 2015, la Ville de Québec, par le biais de son Bureau des grands événements, consent de l'aide financière aux productions issues d'entreprises établies dans la région. Trois programmes sont présentement offerts soit, une Mesure d'aide au démarrage, un Soutien à la production de longs métrages et de séries télévisées et un Soutien à la production de courts métrages et de webséries. En tout, la Ville allouera 875 000 \$ au financement de contenu audiovisuel en 2024.

https://www.ville.quebec.qc.ca/gens_affaires/tournage/incitatifs_financiers.aspx

💡 Les fonds régionaux offerts en Allemagne et en France constituent une part importante du financement de la production audiovisuelle dans ces pays. La plateforme ciclic.fr propose un inventaire des fonds offerts par 36 régions, départements et municipalités français en collaboration avec le CNC. Ensemble, ils ont contribué 98 millions d'euros au financement de projets cinématographiques et télévisuels en 2023 dans l'objectif de générer des retombées économiques et culturelles positives sur les territoires respectifs.

Selon [l'Institut français Deutschland](http://l'institut-francais-deutschland), la quasi-totalité des départements fédéraux allemands accordent du financement à la production audiovisuelle en contrepartie d'un seuil de dépenses locales. Ces mécanismes de financement s'élèveraient à 170 millions d'euros par année.



3. Faire de la région de la Capitale-Nationale un pôle de création et de production audiovisuelle doté d'infrastructures pouvant à la fois accueillir des tournages étrangers, mais également bénéficier à la production de tout l'Est du Québec.

La région de la Capitale-Nationale est le deuxième pôle de production audiovisuelle au Québec. On y retrouve plus d'une dizaine d'entreprises qui produisent des contenus télévisuels et cinématographiques d'envergure en animation et en prise de vues réelle. Les genres produits varient de la jeunesse aux émissions de variétés en passant par le long métrage, le documentaire, le magazine et la série dramatique. Des productions comme *À propos d'Antoine* (ComediHa!), *La Petite et le vieux* (Parallaxes), *Les Dragouilles* (Happy Camper), *Katak*, *le brave béluga* (10^e Ave Productions), *Dex et les Humanimaux* (Epic Storyworlds) ou encore *RPM* (TORQ) qui en est à sa 26^e saison sur les ondes de Noovo contribuent à la vitalité du secteur de la production audiovisuelle québécoise. Afin de propulser davantage cet élan, l'AQPM propose de doter la région de la Capitale-Nationale d'infrastructures de pointe pour consolider sa position dans l'écosystème et en faire un pôle d'attraction supplémentaire.

- Développer notamment des installations de tournages virtuels servant à la formation de la main-d'œuvre et à des lieux de tournage accessibles aux productions locales en collaboration avec les écoles de cinéma de la région;
- Favoriser une mutualisation des ressources entre les entreprises de production de la région de la Capitale-Nationale (prise de vue réelle, animation ou effets visuels) pour maintenir à l'emploi la main-d'œuvre sur une base annuelle sur des productions locales ou de services.

4. Optimiser la synergie, les ressources et les installations disponibles à l'Îlot Balmoral pour en faire un laboratoire de recherche et développement en matière d'innovation à intégrer dans les processus de production.

- Développer des installations de tournages virtuels servant à la formation de la main-d'œuvre et à des lieux de tournage accessibles aux productions locales;
- Explorer les possibilités en lien avec l'intelligence artificielle pour améliorer les processus techniques, administratifs et créatifs.