



Mémoire de l'Association québécoise de la production
médiatique

Consultations prébudgétaires du Québec

Budget 2026-2027

Ministère des Finances du Québec

18 décembre 2025

Si la culture québécoise survit au 21^e siècle, ce ne sera pas le fruit du hasard. Ce sera parce des gens, comme nous ici aujourd’hui, aurons rêvé si fort et aurons déployé tant d’énergie, qu’une fois de plus encore, comme ce fut souvent le cas dans notre histoire, nous réussirons à préserver la culture québécoise pour la laisser en héritage à de nouvelles générations.

[...]

La culture québécoise, notre culture, mérite qu’on se batte ensemble pour elle.

Citation tirée d’une allocution prononcée par Mathieu Lacombe, ministre de la Culture et des Communications, le 3 juin 2025, lors du congrès de l’AQPM.

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.

À pareille date l’an dernier, nous étions dans l’attente des recommandations du Groupe de travail sur l’avenir de l’audiovisuel au Québec (GTAAQ). Cette année nous sommes dans l’impatience de leur mise en œuvre.

Impatience, car le rapport du comité coprésidé par Monique Simard et Philippe Lamarre a reçu un accueil enthousiaste de la part de toutes les parties prenantes de l’industrie. Il propose une vision globale pour tout l’écosystème audiovisuel afin que ce pan essentiel de notre culture puisse se propulser vers l’avenir.

Impatience aussi, car il y a urgence d’agir comme les chiffres qui sont présentés en témoignent. La situation est critique et l’industrie audiovisuelle est fragilisée par plusieurs éléments hors de son contrôle. Mais les auteurs du rapport du GTAAQ ont justement pris une position autonomiste qui permet au gouvernement du Québec d’agir sur tous les leviers dont il dispose.

Ainsi, plusieurs des demandes de l’AQPM pour le budget provincial de 2026-2027 font écho aux recommandations du GTAAQ. Nous avons toutefois priorisé celles qui sont le plus susceptibles d’avoir un impact immédiat sur l’industrie et les auditoires tout en bénéficiant au plus grand nombre de parties prenantes de l’écosystème de la production audiovisuelle québécoise.

Résumé des demandes budgétaires

1. Augmentation pérenne du budget global de la SODEC alloué aux programmes audiovisuels, afin de le faire passer, sur une période maximale de deux ans, de 93 millions de dollars (budget 2023-2024) à 170,5 millions de dollars.
2. Hausse pérenne du budget de Télé-Québec en le faisant passer, sur une période maximale de quatre ans, de 94,4 millions de dollars à 300 millions de dollars.
3. Mise en place d'une mesure permanente afin que Revenu Québec puisse verser à l'entreprise de production 75 % du crédit d'impôt réclamé pour une production québécoise admissible au CIRQ au moment de la décision préalable de la SODEC afin de réduire les frais associés au financement intérimaire.
4. Instauration d'une nouvelle bonification de 8 % du CIRQ pour les tournages réalisés à l'extérieur du « Grand Montréal » pour les productions en prise de vues réelles.
5. Modernisation des paramètres du CIRQ :
 - a. Élargissement des genres admissibles au CIRQ pour les émissions de télé-réalité;
 - b. Ajout du financement provenant du Bureau de l'écran autochtone à la liste des montants d'aide prescrits au programme de CIRQ;
 - c. Adaptation de certaines définitions du CIRQ aux habitudes de consommation des contenus.

Contexte

L'industrie de la production audiovisuelle québécoise s'inscrit dans un environnement global particulièrement diversifié. On y retrouve des géants numériques étrangers tentaculaires, une compétence constitutionnelle partagée entre deux niveaux de gouvernement, un organisme fédéral de réglementation, des bailleurs de fonds, des diffuseurs privés et publics, des associations syndicales et patronales, des communautés autochtones ou en quête d'équité, des distributeurs et des propriétaires de salles de cinéma, pour ne nommer que quelques-unes des parties prenantes de ce complexe écosystème à vocation économique et identitaire.

La dernière année a été marquée par le mouvement de plusieurs des plaques tectoniques supportant cet écosystème, contribuant à le transformer et parfois à le fragiliser.

Sur la scène fédérale et internationale

La *Loi sur la diffusion continue en ligne* a été sanctionnée en avril 2023. Porteuse d'espoir, même si elle venait tardivement encadrer les plateformes de diffusion numérique, sa mise en œuvre s'avère difficile et décevante. Une première décision du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a été rendue le 4 juin 2024¹. Elle impose aux services de diffusion continue en ligne dont les revenus annuels canadiens s'élèvent à plus de 25 millions de dollars, l'obligation de verser une contribution de base représentant 5 % de ces revenus, à divers fonds soutenant le financement des contenus audio et audiovisuels canadiens et autochtones. Les plateformes américaines ont rapidement contesté cette politique réglementaire devant la Cour fédérale d'appel qui n'a pas encore rendu sa décision.

Le CRTC a également fait paraître, le 18 novembre dernier, une seconde ordonnance réglementaire visant à préciser la définition de « contenu canadien »². Cette définition est au cœur de l'application de la *Loi sur la radiodiffusion*, car les diverses obligations des services de diffusion, qu'ils soient linéaires ou numériques s'appuient sur cette définition basée sur un nombre de points minimal à atteindre pour qualifier le contenu de « canadien ». Malheureusement le CRTC a accouché d'un système de pointage difficile à appliquer, qui dilue le rôle des postes clés créatifs canadiens et qui permet l'obtention de points bonus par le biais d'ajouts d'éléments comme des personnages et des lieux canadiens. Ces points de bonification pourraient limiter la liberté de création et ils consacrent l'intrusion du Conseil dans la validation de certains éléments du contenu.

Avant cette décision du CRTC, il n'existait pas d'exigence de détention de propriété intellectuelle par des entreprises de production canadienne dans la définition de « contenu canadien ». Cependant les critères d'application du crédit d'impôt de production par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et ceux de l'aide financière fournie par le Fonds des médias du Canada (FMC) en font une condition essentielle. Cela a permis l'établissement

¹ CRTC 2024-121 : [La voie à suivre : Soutenir le contenu canadien et autochtone au moyen de contributions de base](#)

² CRTC 2025-299 : [La voie à suivre : Définir « émissions canadienne » et soutenir la création et la distribution d'une programmation canadienne dans le secteur audiovisuel – Partie 1](#) -

d'une industrie audiovisuelle basée sur des entreprises de production indépendante détentrices de la propriété intellectuelle sur leurs contenus. Elles peuvent ainsi accorder des licences aux diffuseurs, assurer l'exploitation des œuvres sur les marchés internationaux et bénéficier des retombées économiques de leur distribution. Les plateformes étrangères préfèrent généralement fonctionner avec un modèle d'affaires différent dans lequel elles retiennent l'entière propriété intellectuelle. Elles assument aussi souvent la totalité du financement des œuvres ou elles s'associent à un producteur canadien pour l'obtention d'un crédit d'impôt de services.

En voulant intégrer les plateformes étrangères au cadre canadien de réglementation, le CRTC a statué que pour se qualifier comme étant du « contenu canadien », le pourcentage de propriété intellectuelle sur une émission ou un film pourrait être aussi bas que 20 % dépendant du nombre de postes clés qui seraient occupés par des Canadiens. La décision ne précise ni la durée, ni la territorialité de cette détention. Cette introduction d'un taux minimal de détention canadienne de la propriété intellectuelle viendra certainement bouleverser le paysage existant, d'autant plus si le BCPAC et le FMC allègent leurs exigences pour favoriser une certaine harmonisation dans leur application. Précisons que le CRTC doit rendre une décision complémentaire en début d'année 2026. Elle y abordera notamment les exigences de dépenses des plateformes en contenu canadien, en production indépendante et en contenu de langue originale française. Si les décisions passées du CRTC sont garantes de celles à venir, le milieu audiovisuel québécois a raison de s'inquiéter de leur impact sur un écosystème qui a mis plus de 40 ans à se construire en marge d'une culture américaine dominante.

Comme les plateformes américaines sont réfractaires à toute forme de réglementation, il est fort probable qu'elles contesteront également les dernières décisions du CRTC. Les géants du web ont de plus l'écoute de plusieurs élus américains dont celle du président lui-même. Le 21 février 2025, la Maison-Blanche a d'ailleurs publié un Mémoire dénonçant les pratiques de plusieurs pays désireux de préserver leur culture comme étant des taxes discriminatoires imposées aux entreprises américaines³. Un groupe de 18 gouverneurs républicains a par la suite décrié la *Loi canadienne sur la diffusion continue en ligne* comme constituant une attaque envers le commerce numérique bilatéral et comme étant discriminatoire envers les entreprises américaines⁴. Les menaces proviennent parfois du président Trump lui-même, comme en mai dernier, alors que sur son réseau Truth Social, il a réitéré une annonce précédente à l'effet que des tarifs de 100 % seraient imposés sur les films produits à l'extérieur des États-Unis et distribués en territoire américain⁵. Il a ainsi semé un vent d'insécurité dans plusieurs pays incluant le Canada, qui sont à la fois des exportateurs de films aux États-Unis et des territoires prisés des Américains pour leurs lieux de tournage.

En 2025, la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (Convention) a fêté ses 20 ans. Le Québec a joué un rôle déterminant

³ The White House, [Defending American Companies and Innovators From Overseas Extortion and Unfair Fines and Penalties](#), 21 février 2025

⁴ [Some U.S Republicans want Canada to axe its Online Streaming Act](#); [US Congress Republicans Pressure Canadian Government to Suspend Discriminatory Online Streaming Act](#)

⁵ [La menace de Trump sur les films produits à l'étranger serait difficilement applicable](#), [Trump annonce des tarifs de 100 % sur les films produits à l'étranger](#)

dans son adoption et il continue d'être un chef de file en supportant la mise à jour de la Convention pour l'adapter à l'environnement numérique. Cette mise à jour prendrait la forme d'un protocole contraignant pour les parties signataires qui réaffirmerait la nécessité de résister à l'homogénéisation de la culture sous forme numérique dans un contexte de mondialisation. Contrairement au Québec, le Canada n'a pas encore pris une position ferme à cet égard. Si l'idée d'un protocole prend forme au sein des instances de l'UNESCO, il s'écoulera cependant plusieurs années avant son adoption et sa ratification par les États. Précisons également que les États-Unis ne sont pas signataires de la Convention.

Dans le cadre de la révision de l'Accord de libre-échange avec les États-Unis et le Mexique (ACEUM), le milieu culturel cherche également à préserver la clause d'exemption culturelle qui permet à chaque État d'exercer sa pleine souveraineté sur ses politiques culturelles. Le secteur audiovisuel craint particulièrement que la portée de cette clause soit érodée par des dispositions portant plus largement sur le commerce numérique ou l'intelligence artificielle. Le recul du gouvernement canadien sur l'imposition de la taxe sur les services numériques (TSN) pour satisfaire le président américain, fait craindre le pire à cet égard.

Le milieu culturel comptera plus que jamais sur la vigilance du gouvernement du Québec pour maintenir une exemption culturelle ayant une large portée afin de préserver la capacité du Canada et du Québec d'exercer leur pleine souveraineté culturelle.

Sur la scène québécoise

Le ministre de la Culture et des Communications du Québec, Mathieu Lacombe, a été fort actif dans la dernière année, notamment en étant l'hôte de la 5e Conférence des ministres de la Culture de la Francophonie en mai 2025. Cette rencontre a permis d'adopter une déclaration commune pour renforcer la découvrabilité des contenus culturels dans l'environnement numérique. La déclaration faisait également écho aux préoccupations du ministre Lacombe d'ajouter un protocole à la Convention de 2005 pour la diversité des expressions culturelles portant spécifiquement sur le numérique.

Préalablement à cette rencontre, le ministre Lacombe avait déposé le projet de loi n° 109 affirmant la souveraineté culturelle du Québec et édictant la Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique. Un projet accueilli favorablement par le milieu culturel québécois et qui permettra d'édicter des règlements visant l'encadrement des appareils connectés intelligents et des plateformes de diffusion afin de mettre en valeur et de faire découvrir des contenus de langue française. Réinscrit à la session d'automne, le projet de loi a été étudié et amendé en Commission et il a été d'adopté à l'unanimité à l'Assemblée nationale le 11 décembre dernier.

L'Assemblée nationale vient également d'adopter le projet de loi n° 108 modifiant la Loi sur la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) afin de moderniser son offre de services financiers et de reconnaître le domaine de la créativité numérique. La banque d'affaires de la SODEC pourra ainsi ajuster son offre d'outils financiers destinés aux diverses entreprises

œuvrant dans le secteur culturel. L'AQPM a comparu devant les membres de la Commission de la culture et de l'éducation lors de l'étude des projets de loi n° 108 et n° 109.

Mais la pièce de résistance de la dernière année pour le secteur audiovisuel aura été sans conteste, le dépôt, en septembre, du rapport du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec (GTAAQ). Fruit de plus d'une année de travail, le rapport intitulé [*Souffler les braises*](#)⁶ a reçu un accueil très favorable de l'ensemble des parties prenantes de l'industrie. Avec ses 20 recommandations déclinées en 76 mesures, il offre pour la première fois une vision globale du secteur audiovisuel québécois réitérant son importance économique et identitaire. Le résultat couvre tous les aspects de l'écosystème, de l'éducation à l'image à la commercialisation des contenus en passant par la production, la circulation des œuvres et la conquête des publics.

S'il met en relief les difficultés du secteur découlant des nouveaux paradigmes qui définissent désormais l'état de l'industrie, le rapport du GTAAQ a le mérite de proposer des solutions qui relèvent des pleins pouvoirs du Québec et qui pourraient donner de la prévisibilité à un secteur qui en a bien besoin. Consciente que le gouvernement ne pourra d'un seul coup mettre en œuvre toutes les mesures du rapport, l'AQPM a choisi d'en prioriser certaines qui permettront d'avoir un impact important sur la pérennité de l'industrie audiovisuelle québécoise en soutenant son financement.

Financement de la production audiovisuelle québécoise

Le secteur de la production télévisuelle

En 2022-2023, le volume de la production télévisuelle et cinématographique indépendante québécoise atteignait un sommet de 1,234 milliard de dollars. En 2024-2025, l'Institut de la statistique du Québec rapporte un volume de production de 991 millions de dollars, soit une baisse de près 20 % en deux ans⁷. Le recul est encore plus prononcé si on isole le secteur de la télévision qui a enregistré à lui seul une baisse de 28,5 % au cours de la même période⁸.

Le financement de la production télévisuelle de langue française au Québec traverse une période critique puisqu'elle repose principalement sur deux sources en déclin, soit les recettes publicitaires des diffuseurs canadiens et les revenus d'abonnement à la câblodistribution qui alimentent le Fonds des médias du Canada (FMC). Selon le [*Profil 2024, Rapport économique de l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*](#), la part du volume de la production télévisuelle de

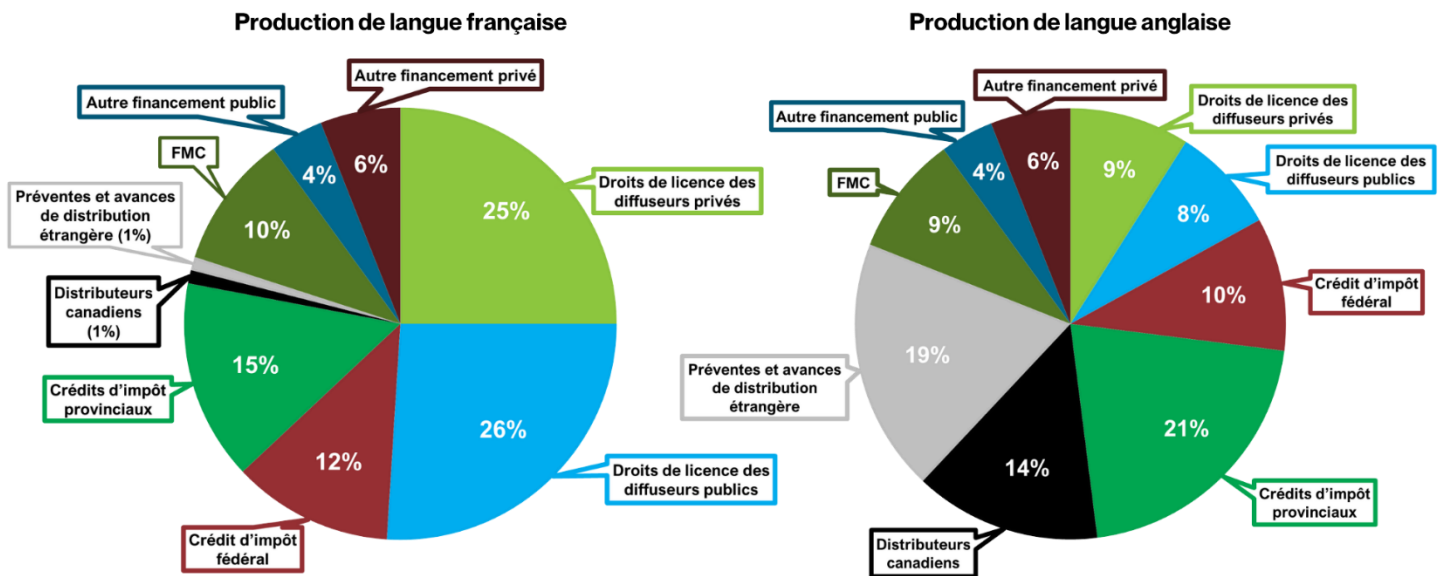
⁶ [*Souffler sur les braises*](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, 227 pages.

⁷ Institut de la Statistique du Québec, [Structure de financement des productions cinématographiques et télévisuelles, Québec](#), en ligne, consulté le 9 décembre 2025

⁸ *Ibid.*

langue française financée par les droits de licence des télédiffuseurs publics et privés en 2023-2024 était de 51 % versus 17 % pour la production de langue anglaise⁹.

Financement de la production télévisuelle canadienne, 2023-2024 (%)

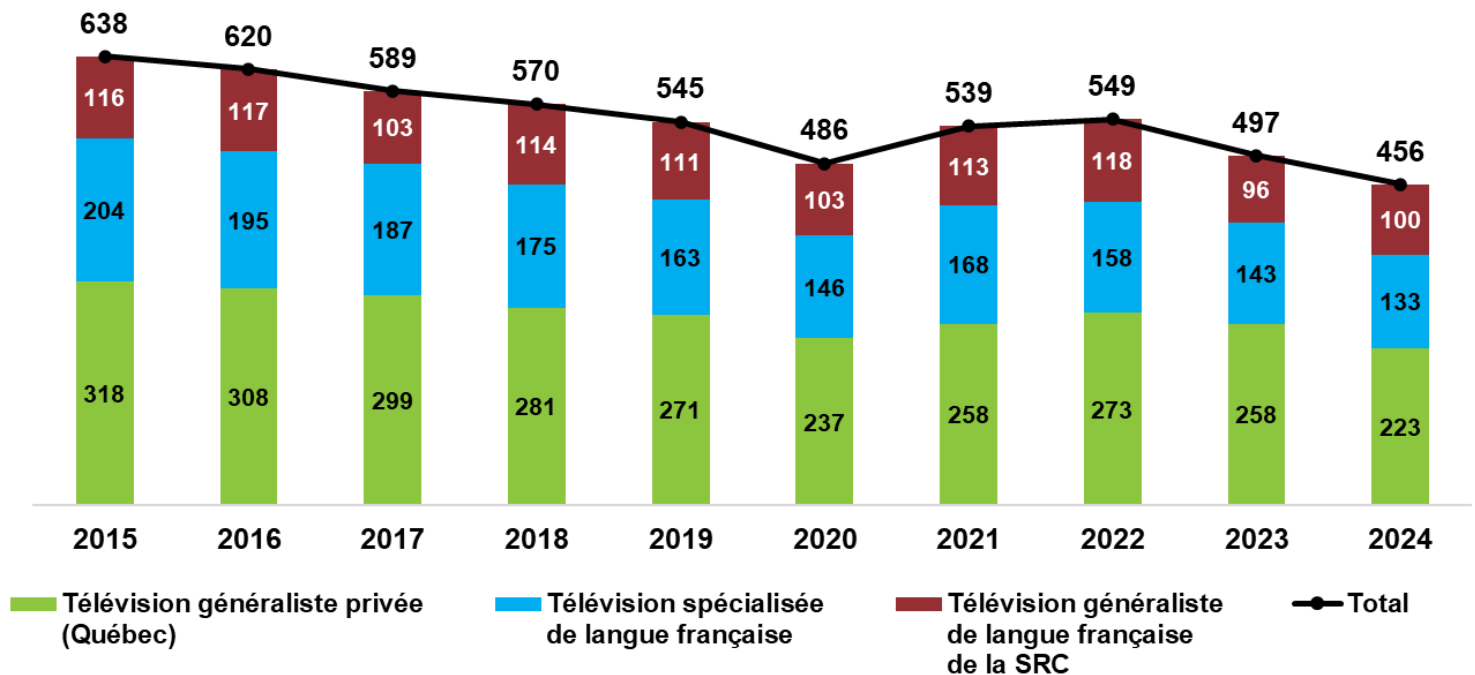


Source : Profil 2024, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran

Tout changement dans la situation financière des diffuseurs québécois entraîne conséquemment des effets concrets et immédiats sur la production des contenus. La baisse des revenus publicitaires, désormais accaparés par les plateformes étrangères, exerce donc une pression considérable sur les budgets de production.

⁹ [Profil 2024. Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada](#), p. 52.

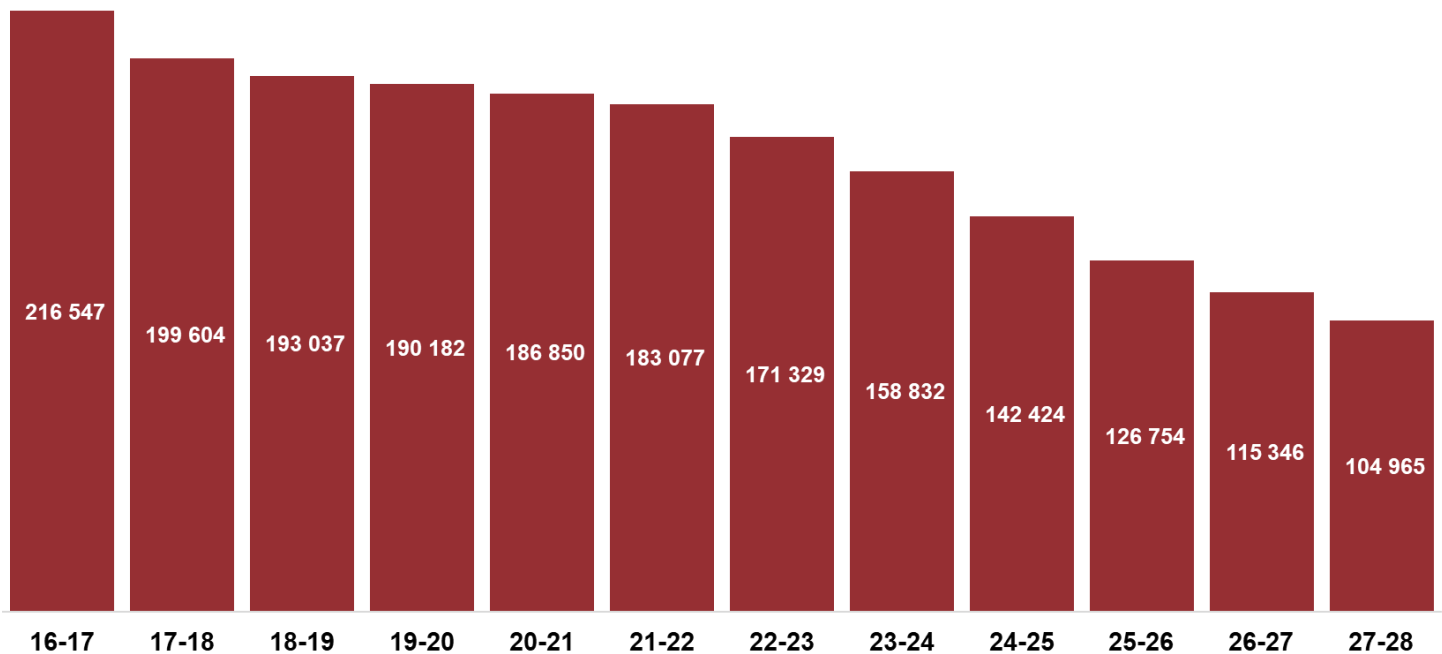
Évolution des revenus publicitaires selon le type de services de télévision (millions \$)



Source : CRTC

Les producteurs subissent aussi l'impact de la diminution des enveloppes automatiques mises à la disposition des télédiffuseurs de langue française par le FMC. La baisse marquée des enveloppes 2025-2026 de certains diffuseurs a eu une incidence directe sur le nombre de productions déclenchées et sur les budgets dont elles ont disposé. L'allocation annuelle supplémentaire de 42,5 millions de dollars pour les trois prochaines années qui était inscrite dans le budget fédéral du 4 novembre dernier ne suffira pas à compenser la diminution des sommes versées par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) au FMC depuis 2016-2017. Cela est d'autant plus vrai que seulement le tiers des enveloppes est alloué à la production de contenus en langue française.

Contributions financières des entreprises de distribution de radiodiffusion versées au FMC réels et projetés (en millions de dollars, en date du 2025-06-05)



Source : FMC

Les relevés statistiques et financiers 2020-2024 publiés par le CRTC, montrent également que les dépenses en émissions canadiennes à la télévision traditionnelle privée au Québec ont baissé de 11,34 % en 2023-2024 par rapport à celles de l'année précédente¹⁰. De plus en plus, on retrouve des émissions étrangères en heure de grande écoute pendant la semaine sur les chaînes généralistes privées. Lors du lancement de la programmation du Groupe TVA en août 2025, Pierre-Karl Péladeau a longuement fait état des enjeux financiers auxquels le diffuseur était confronté en indiquant que cela avait des conséquences directes sur la grille de l'automne :

« L'homme d'affaires a d'ailleurs mentionné que les contraintes financières de l'industrie rendaient de plus en plus difficile le tournage d'émissions de fiction, plus coûteuses à produire.

“Peut-être l'avez-vous constaté, mais on a moins de fictions à TVA cette année qu'on avait précédemment, a-t-il dit aux membres de l'auditoire, qui comptait de nombreux producteurs et acteurs. C'est parce que, vous le savez très bien, une fiction, ce n'est pas le même coût qu'une acquisition (une série américaine traduite).”

¹⁰ [Télévision traditionnelle - Relevés statistiques et financiers 2020-2024](#), p. 3

Les difficultés de la télévision traditionnelle sont une menace pour la culture québécoise a plaidé, M. Péladeau. «Derrière la télévision, c’est notre culture, c’est notre identité, c’est notre différence. Nous avons une responsabilité collective de la protéger”¹¹. »

Les séries de langue originale française sont de plus en plus difficiles à financer et l’écart entre les devis horaires moyens des émissions francophones et anglophones se creuse davantage à chaque année. On remarque que les budgets des émissions originales de langue française sont à la baisse alors que les coûts de production ne cessent de grimper, un casse-tête grandissant pour les entreprises de production indépendante.

Devis moyens des séries télévisées financées par le FMC (genres et langues)

Devis moyens par heure \$k	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024	2024-2025
Français													
Enfants et jeune	146	154	132	145	139	139	167	196	219	233	269	248	302
Documentaire	141	136	127	133	131	127	125	131	137	143	148	153	156
Dramatique	431	432	454	456	434	455	475	490	546	626	620	595	590
Variété et arts de la scène	204	215	224	214	230	248	209	199	218	325	343	336	303
Anglais													
Enfants et jeune	425	466	532	670	483	314	576	521	528	832	857	384	997
Documentaire	296	293	311	318	402	339	361	347	294	387	350	372	385
Dramatique	1 577	1 647	1 541	1 612	1 745	1 989	2 044	2 017	2 227	2 430	2 463	2 588	2 645
Variété et arts de la scène	240	409	220	238	429	205	497	401	453	339	436	464	450

Compilation de l’AQPM à partir des données du FMC (2025)

Malheureusement, il existe peu d’alternatives à l’échelle du Québec pour compenser l’apport décroissant des télédiffuseurs et du FMC dans le financement de la production télévisuelle de langue française. Selon le [Profil de l’industrie audiovisuelle au Québec](#), en 2023-2024, la SODEC a consacré 17,6 millions de dollars en aide directe à la production télévisuelle québécoise de langue originale française par rapport à 86,3 millions de dollars pour le Fonds des médias du Canada¹². Les crédits d’impôts pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) qui sont d’ailleurs investis en amont de leur réception dans la structure financière des contenus demeurent indispensables. Ils représentent une part de 15 % du financement de la production des émissions de langue française. La situation pourrait être encore plus catastrophique si le Gouvernement du Québec n’avait pas répondu à l’appel du milieu en

¹¹ Rolland Stéphane, [La télé traditionnelle dans une situation difficile, prévient Pierre-Karl Péladeau](#), La Presse, 26 août 2025.

¹² GENÉT, Pascal (2025). [Profil de l’industrie audiovisuelle au Québec. Édition 2025](#), Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 52

rehaussant le plafond de main-d'œuvre admissible de 50 % à 65 % dans le programme de CIRQ en mars 2024.

L'écosystème évolue constamment, la présence grandissante des plateformes étrangères déstabilise les joueurs canadiens et le Québec n'est pas en reste. Par exemple, l'achat possible de Warner Bros. par Netflix pourrait avoir un impact pour le marché national s'il est avalisé¹³. Cela pourrait notamment fragiliser le positionnement de la plateforme canadienne Crave qui possède une entente de diffusion avec HBO, un affilié de Warner Bros. Or, Crave offre plusieurs séries québécoises qui obtiennent un grand succès comme *Empathie* (Trio Orange) et *In Memoriam* (Passez Go). Les taux de visionnement de certaines d'entre elles surpassent même ceux des contenus américains sur la plateforme¹⁴. Selon une étude récente de l'Académie de la transformation numérique de l'Université Laval citée dans La Presse, Crave est la plateforme canadienne qui performe le mieux au pays. Au Québec, elle rejoint 19 % des adultes, mais ces résultats sont loin de ceux atteints par les plateformes étrangères comme Netflix (53 %), Prime Vidéo (39 %) et Disney+ (22 %)¹⁵. Faire contrepoids aux géants médiatiques américains relève d'un exercice périlleux et hautement incertain.

Le secteur de la production cinématographique

Le cinéma québécois fait également face à de nombreux défis qui requièrent l'attention du gouvernement du Québec. Ce secteur contribue lui aussi à nourrir la flamme identitaire nationale et la vitalité de la langue française. Le public québécois répond encore présent en salles et ce, pour plusieurs genres cinématographiques. On le constate d'ailleurs avec le succès des comédies *Menteuse* (Amalga) et *Les Furies* (Echo Média), de la reprise de *Deux femmes en or* (Amérique Films), de même que des films jeunesse *Fanny* (Téléfiction) et *Ma belle-mère est une sorcière* (Attraction et La Fête). Si notre cinématographie résonne auprès du public d'ici, elle rayonne aussi sur la scène internationale alors que le long métrage *Simple comme Sylvain* (Metafilms) a remporté le César du Meilleur film étranger en 2024. Ces succès ne seraient simplement pas envisageables sans la présence de la SODEC dont le soutien au développement, à la production et à la mise en marché de notre cinéma fait l'envie du reste du Canada.

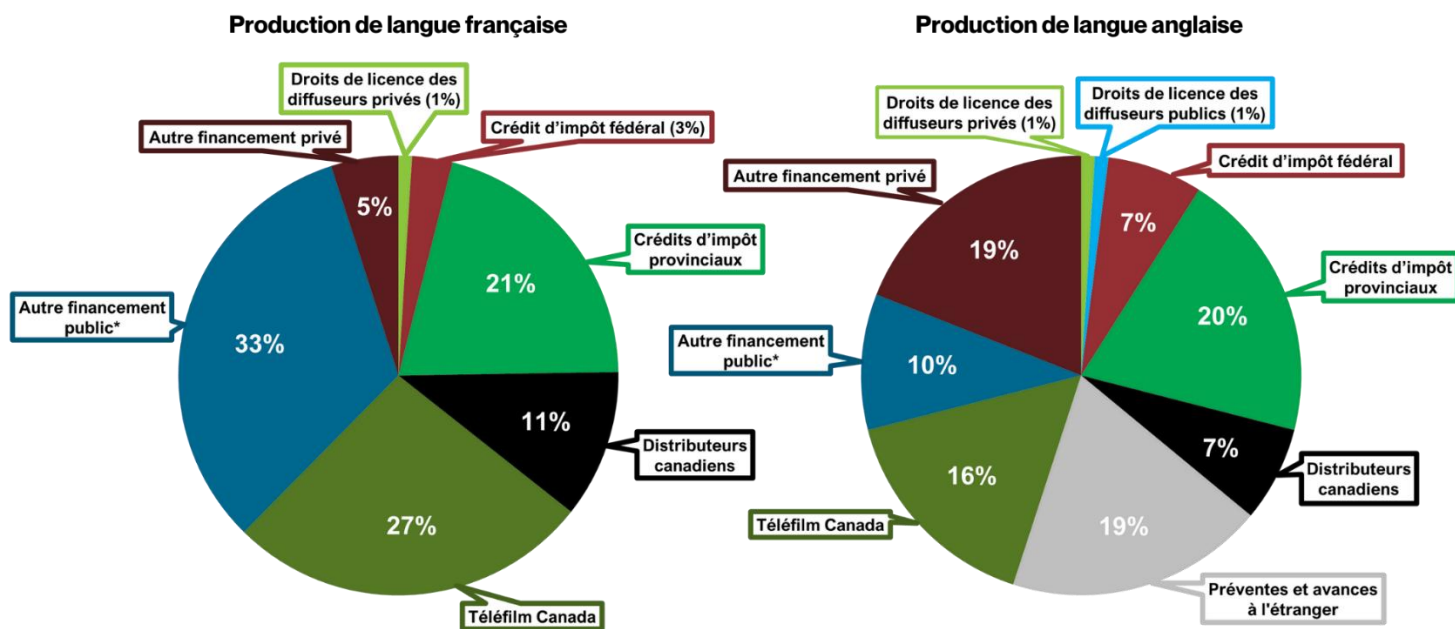
Le diagramme suivant illustrant la répartition des sources de financement de la production canadienne de longs métrages démontre bien la place importante de toute l'aide publique dans le marché de langue française (33 %) comparativement au marché anglophone (10 %). Il est également révélateur de la plus faible capacité des productions de langue française d'obtenir des sommes en provenance de l'étranger ou des distributeurs canadiens comparativement aux longs métrages de langue anglaise. Ces deux sources représentent 26 % du volume de la production anglophone par rapport à 11 % pour celle en langue française (notons que la part représentée par les préventes étrangères est de moins de 1 % pour les films de langue française).

¹³ [The Canadian implications in Netflix's Warner Bros. acquisition » Playback](#)

¹⁴ [Platform of the Year: Crave » Playback](#)

¹⁵ Observateur des technologies médias (OTM) 18+, personnes abonnées à la plateforme, données issues du sondage du printemps 2025.

Financement de la production canadienne de longs métrages, 2023-2024 (%)



Source : Profil 2024, Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran

Téléfilm Canada est également un partenaire incontournable de la cinématographie québécoise. Bien que Téléfilm ait obtenu une stabilisation de son budget pour trois ans dans le budget fédéral du 4 novembre dernier et que celui de la SODEC ait connu une augmentation historique en mars 2020, les montants disponibles ne suffisent plus à répondre à la demande. Et tout comme pour le FMC, Téléfilm n'octroie que le tiers de ses fonds d'aide aux contenus de langue française malgré leur succès. Au fil du temps, l'industrie québécoise s'est développée au point où la SODEC reçoit une quantité toujours plus grande de propositions de longs métrages prometteurs à chaque dépôt et elle doit en refuser ou en repousser la majorité à défaut de moyens pour les financer. De plus, les budgets des productions ont subi d'énormes contrecoups en raison de la hausse des coûts de production et de l'inflation. En effet, si on tient compte de l'inflation, alors que le devis moyen pour les longs métrages (tous genres confondus) a diminué de 13 % depuis 2014, cette baisse en dollars constants de 2014 est plutôt de 31 %. Pour le genre fiction, la légère hausse de 7,9 % des devis moyens observée sur 10 ans se traduit plutôt par une baisse de 14,4 % exprimée en dollars constants.

La GTAAQ est arrivé à un constat similaire lors des travaux ayant mené à la publication de son rapport :

« Toutefois, face à la croissance soutenue du volume de projets et de compagnies de production, à l'inflation des coûts de production et à l'évolution rapide des pratiques, il devient nécessaire de hausser les enveloppes de développement et de production dans

l'ensemble des secteurs cinématographiques: courts métrages, documentaires, longs métrages de fiction ainsi que création émergente.

En développement, cela passe par l'augmentation des enveloppes corporatives et une révision des modalités d'attribution afin de mieux répondre aux réalités actuelles et d'élargir l'accessibilité à un plus grand nombre de producteurs.trices et de créateurs.trices.

En production, le soutien aux projets ambitieux et porteurs doit être renforcé de manière considérable pour répondre à la pression exercée par la hausse des demandes et les coûts croissants¹⁶. »

Comme le GTAAQ, l'AQPM reconnaît qu'en haussant le budget de la SODEC pour le cinéma, ce secteur serait plus résilient face à l'incertitude du budget de Téléfilm Canada et à sa dépendance à l'égard des décisions fédérales. Cela renforcerait par ailleurs la santé financière des entreprises de production, la valeur des productions à l'écran et continuerait à garantir des conditions de travail adéquates pour les créateurs.

Il est par ailleurs essentiel que notre cinéma continue à occuper les écrans de manière importante afin de demeurer présent à travers la myriade de contenus offerts aux Québécois en salle, à la télévision et en ligne. Cela est d'autant plus criant en ce qui concerne l'offre pour la jeunesse, un public à reconquérir et à développer pour assurer la pérennité de notre industrie et la survie de l'appartenance de la population québécoise à sa culture.

¹⁶ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp. 84-85

Demandes de l'AQPM

1. Augmentation du budget de la SODEC

Comme nous l'avons démontré précédemment, les sources de financement pour la production audiovisuelle sont largement insuffisantes pour répondre aux défis dans un contexte mondialisé. Les contenus québécois doivent satisfaire un public exposé à une offre exponentielle. Les entreprises de production doivent composer avec des budgets réduits qui affectent le niveau de qualité en ne permettant pas aux créateurs de faire valoir leur pleine capacité ni d'intégrer des éléments susceptibles d'élever la compétitivité des œuvres.

La SODEC a toujours été un partenaire essentiel de l'industrie audiovisuelle québécoise. Sans ses programmes de soutien destinés au cinéma, l'industrie cinématographique du Québec n'existerait tout simplement pas, puisque cette aide représente près du tiers de son financement. La SODEC compte également des programmes pour soutenir la promotion, la diffusion en salle, l'exportation et la distribution des œuvres. Cependant, l'incursion de la SODEC dans le soutien direct à la production télévisuelle ne date que de quelques années. Selon son dernier rapport annuel, les mesures pour les contenus télévisuels basés sur des œuvres littéraires, la bonification de la valeur de production et l'aide corporative s'élevaient à 17,6 millions de dollars¹⁷ alors que le Fonds des médias du Canada prévoyait consacrer 99,3 millions de dollars en 2025-2026 au soutien des contenus linéaires de langue française. Cela fait donc de l'agence fédérale le principal bailleur de fonds de la télévision québécoise.

En 2023-2024, la part du volume de production de longs métrages de fiction assumée par la SODEC s'élevait à 27 % et à 10,2 % pour les longs métrages documentaires comparativement à 2,1 % seulement pour la production télévisuelle¹⁸. Un rehaussement important de l'enveloppe de la SODEC tel que préconisé par le GTAAQ¹⁹ permettrait donc de réduire l'écart avec le soutien octroyé au secteur cinématographique et de mieux financer tous les genres de contenus audiovisuels alors que les coûts de production augmentent et que la compétition s'accroît à l'échelle mondiale ainsi que dans notre propre marché.

L'augmentation du financement de la SODEC contribuerait non seulement à maintenir le lien avec un public fidèle, mais également à développer celui de demain. Pour réussir, il faut créer des contenus en français attrayants pour une jeunesse de plus en plus bilingue et exposée à une surabondance d'offres étrangères à gros budgets. En effet, en 2025, les données d'une enquête de l'Observateur des technologies médias (OTM) Junior démontrent que près de deux jeunes Québécois francophones sur trois (65 %) avaient visionné du contenu en anglais dans la semaine précédant le sondage. Chez les adolescents, cette proportion augmentait à trois jeunes sur quatre (74 %). Notons également que 8 % des adolescents Québécois francophones avaient visionné

¹⁷ [Rapport annuel de gestion 2024-2025 de la SODEC](#), p. 74

¹⁸ GENÊT, Pascal (2025). [Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec. Édition 2025](#), Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, p. 51, 64 et 65.

¹⁹ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp.74-75

uniquement du contenu en anglais dans la semaine précédant le sondage²⁰. Le rapport du GTAAQ met en évidence l'exode de la jeunesse vers les plateformes étrangères et il recommande que 30 % du budget audiovisuel révisé de la SODEC soit consacré progressivement à la production de contenus de tous genres et de tous formats destinés à un jeune public de 2 à 24 ans²¹. L'AQPM plaide aussi depuis des années pour la mise en place d'une enveloppe jeunesse substantielle afin de produire des contenus pour tous les écrans et toutes les plateformes, en plus de maintenir une offre constante de films québécois dans les salles de cinéma. Comme les contenus jeunesse sont tournés tant en prise de vues réelles qu'en format animé, cela contribuerait à augmenter le nombre d'emplois dans le secteur de l'animation qui traverse une période particulièrement difficile.

L'AQPM propose donc, tel que le recommande le rapport du GTAAQ à la mesure 12, que le budget global de la SODEC alloué aux programmes audiovisuels soit haussé de façon pérenne, afin de passer de 93 millions de dollars (budget 2023-2024) à 170,5 millions de dollars. Cette augmentation devrait s'effectuer sur une période maximale de deux ans²².

L'AQPM tient à souligner que l'inclusion récente du secteur de la créativité numérique dans les domaines soutenus par la SODEC doit être accompagnée de budgets supplémentaires qui lui sont propres. Elle ne doit pas se faire au dépend des enveloppes consacrées à l'audiovisuel. La demande de l'AQPM concerne donc uniquement les enveloppes destinées au cinéma et à la télévision. Elle ne vise pas non plus les vidéos produites par des créateurs de contenus ou des influenceurs pour les plateformes numériques qui œuvrent dans un écosystème différent de celui des entreprises de production indépendantes. Ces dernières doivent respecter des ententes collectives lorsqu'elles retiennent les services d'artistes représentés par des syndicats conformément aux exigences de la *Loi sur le statut de l'artiste*. Les membres de l'AQPM doivent également adhérer à un code de déontologie, se conformer à des règles de santé et de sécurité, contribuer au filet social des professionnels qu'ils embauchent et œuvrer de manière éthique. Ils sont redevables des deniers publics qu'ils reçoivent.

2. Hausse du budget de Télé-Québec

Les œuvres produites au Québec ont besoin d'une vitrine nationale et Télé-Québec doit remplir ce rôle. Comme diffuseur public, il a la responsabilité d'être le fer de lance de la production issue de toutes les régions du Québec, de mettre en valeur le talent des créateurs et de soutenir les entreprises d'ici de même que les emplois qu'elles génèrent. Télé-Québec doit avoir les moyens financiers d'augmenter son offre de contenus de même que la hauteur des licences offertes aux entreprises de production et de continuer de favoriser des œuvres audacieuses qui plairont à divers publics sur des plateformes variées. Bien entendu, Télé-Québec se doit de continuer à soutenir la création de contenus destinés aux jeunes et à leur famille, un genre négligé par les

²⁰ Observateur des technologies médias (OTM) Junior.

²¹ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp.82-83

²² Il faudrait également permettre à la SODEC d'augmenter son nombre d'effectifs permanents pour une gestion efficace des mesures en place et de celles à venir.

diffuseurs privés. Alors que les enfants sont plus que jamais rivés à leurs écrans pour y consommer du contenu venant d'ailleurs, il est essentiel de leur offrir des émissions qui reflètent les histoires et l'imaginaire des créateurs d'ici. Il faut nous assurer que les jeunes Québécois et leurs parents trouvent une offre de contenus de langue française produits au Québec qui propagent les valeurs sociales qui nous distinguent en tant que société. Il s'agit de forger un lien identitaire commun. En ce sens, la culture, notamment par le biais de cinéma et de la télévision, remplit à merveille ce rôle. Les *Bobino*, *Boîte à Surprise*, *Cornemuse*, *Passe-Partout*, *Club des 100 watts*, *Cochon Dingue*, *Le Chalet*, *Mammoth* et les merveilleux films de la série *Contes pour tous* dont fait partie *la Guerre des tuques* suffisent, à leur seule évocation, à créer un sentiment d'appartenance entre les Québécois de tous âges et de toutes origines. Il faut que cette tradition se perpétue et s'étende à tous les écrans et à toutes les plateformes afin de rejoindre les jeunes Québécois là où ils consomment leur contenu audiovisuel.

Le rapport du GTAAQ reconnaît à tel point le rôle essentiel du média public québécois que ses auteurs y consacrent leur première recommandation d'en faire « un catalyseur culturel et industriel » et leurs 11 premières mesures.

L'AQPM les partage, notamment celles d'investir plus dans le soutien du cinéma québécois, d'assurer la présence des contenus autochtones et de miser sur le développement de marques jeunesse. L'association soutient également l'idée que Télé-Québec joue un rôle essentiel dans l'accès aux œuvres québécoises et la valorisation de notre patrimoine audiovisuel.

Conséquemment à l'instar du GTAAQ²³, l'AQPM soutient la hausse importante et pérenne du budget de Télé-Québec en le faisant graduellement passer sur une période maximale de quatre ans de 94,4 millions à 300 millions de dollars.

3. Paiement anticipé du crédit d'impôt pour les productions cinématographiques et télévisuelles

En 2024, l'AQPM et la Canadian Media Producers Association (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 durées variées des prêts. Le rapport modélise les frais associés au financement des crédits d'impôts fédéral et provincial 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

²³ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp.64-65

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 reçu²⁴ ».

À titre d'exemple, pour un long métrage de fiction de langue originale française de 5 millions de dollars 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 se traduiraient par des coûts allant de 15 471 \$ à 27 074 \$ sur trois mois. Pour un prêt de 18 mois, ces montants varieraient de 92 826 \$ à 162 446 \$²⁵. Notons que la portion provinciale du crédit d'impôt est plus élevée que celle reçue du fédéral. Dans cet exemple, le montant de l'emprunt bancaire est constitué de 1 140 000 \$ pour la portion du crédit d'impôt provincial et de 579 000 \$ pour le crédit d'impôt fédéral.

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.

Parmi les solutions identifiées par MNP à partir de mécanismes en vigueur dans d'autres juridictions, le versement anticipé d'une partie des crédits d'impôt aurait un impact majeur sur l'accès aux liquidités pour les entreprises en plus d'engendrer une diminution du recours au financement intérimaire. Il s'agit donc d'un moyen direct de mettre de l'argent à l'écran plutôt que dans les coffres des institutions bancaires. Le GTAAQ y consacre une recommandation dans son rapport qui abonde dans le même sens (mesure 30). Le Groupe a même estimé que plus de 50 millions de dollars par année sont consacrés en frais de financement liés à la production audiovisuelle québécoise²⁶.

L'AQPM demande donc, à l'instar du GTAAQ, la mise en place d'une mesure permanente afin que Revenu Québec puisse verser 75 % du crédit d'impôt réclamé pour une production québécoise admissible au CIRQ au moment de la décision préalable de la SODEC et le 25 % restant au moment de la vérification finale.

4. Bonification pour les tournages en région (en collaboration avec le BCTQ)

À chaque année, les régions du Québec servent de décor à de nombreuses productions télévisuelles et cinématographiques. Ce fut notamment le cas pour les Îles-de-la-Madeleine (*Détective Surprenant*, Productions Version 10 et *Temps de Chien*, A Média), le Bas-St-Laurent (*Fanny*, Téléfiction), la Capitale-Nationale (*La petite et le vieux*, Parallaxes), le Nord-du-Québec (*Baie James 1975: Le choc des nations*, Picbois Productions et Rezolution Pictures) et l'Île d'Anticosti (*Anticosti*, Sphère Média). On assiste également à une augmentation des tournages

²⁴ MNP, Résultats de recherche par juridiction sur les crédits d'impôt pour le cinéma et la télévision, Août 2024, p.iv

²⁵ *Ibid.*, p. 25.

²⁶ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp. 104-105.

effectués dans les communautés autochtones situées dans le Nord-du-Québec, en Mauricie, au Centre-du-Québec, en Abitibi ou encore sur la Côte-Nord.

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

D'autres provinces se sont dotées de bonifications généreuses pour les tournages effectués en région dans leur arsenal de mesures fiscales. Par exemple, le Programme de crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne²⁷ offre une bonification de 10 % sur les frais de main-d'œuvre admissibles en Ontario si 85 % des principaux travaux de prise de vues sont effectués en dehors de la Grande région de Toronto. Le *Film Incentive BC*²⁸ de la Colombie-Britannique offre une bonification de 12,5 % de la tranche de frais de main-d'œuvre admissible dans la province si au moins 5 jours et plus de 50 % des jours des principaux travaux de prise de vues sont effectués hors Vancouver. Il ajoute 6 % supplémentaires si cette même production effectue au moins un jour de ses principaux travaux de prise de vues dans une zone identifiée comme un emplacement éloigné. Le crédit du Manitoba pour les coûts de main-d'œuvre en cinéma et en télévision²⁹ offre aussi une bonification de 5 % des frais de main-d'œuvre admissibles dans la province si au moins 50 % des principaux travaux de prise de vues sont réalisés à au moins 35 km hors de Winnipeg.

Ces incitatifs ont pour effet de désengorger les centres urbains et de développer un bassin de main-d'œuvre plus important en dehors des métropoles, sans compter l'impact des tournages sur l'économie locale. Les différentes provinces ont nettement rehaussé la compétitivité de leurs programmes de crédits d'impôt respectifs dans les dernières années de sorte que même les entreprises québécoises font l'exercice de délocaliser leurs productions dans d'autres juridictions pour optimiser les retours dont elles pourraient bénéficier. Les productions québécoises de langue anglaise se font parfois avec les programmes ontarien ou manitobain de crédits d'impôts, mais de plus de plus, les entreprises songent également à effectuer leurs tournages à l'extérieur du Québec, comme au Manitoba, pour leurs productions en langue française.

L'ajout d'une bonification de 8 % pour les tournages en région dans le crédit d'impôt pour les productions cinématographiques et télévisuelles québécoises favoriserait la récurrence des tournages en région. En plus de les faire bénéficier, d'importantes retombées économiques, elle contribuerait à l'augmentation du nombre de professionnels de l'audiovisuel hors des grands

²⁷ [Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle...](#)

²⁸ [FIBC | Film Incentive BC - Creative BC](#)

²⁹ [Crédit du Manitoba pour les coûts de main-d'œuvre | Musique et Film Manitoba](#)

centres et elle mettrait davantage à l'écran la diversité des paysages qui nous distinguent. Elle faciliterait du même coup la présence des communautés autochtones du Québec à l'écran.

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

L'AQPM précise qu'elle soutient une méthode de calcul de la bonification qui s'appliquerait uniquement sur les dépenses engagées lors des tournages effectués en partie ou en totalité en dehors du Grand Montréal. La zone « Grand Montréal » reprendrait la définition actuelle des lignes directrices du programme de CIRQ à savoir *le territoire qui est situé à moins de 25 km par le plus court chemin carrossable normalement utilisé d'un point quelconque d'un cercle ayant un rayon de 25 km dont le centre est la station de métro Papineau*.³⁰ Seraient également exclues du calcul de la bonification les dépenses d'animation, d'effets visuels, de post-production et de tournage en studio. En 2023, la firme comptable Demers Beaulne avait estimé à 5 millions de dollars le coût fiscal de cette mesure.

Une méthode qui serait basée sur l'analyse du contenu de la production comme celle recommandée par le GTAAQ à l'égard de productions qui mettent en valeur à l'écran les régions du Québec et leurs particularités dans la trame narrative semble difficile d'application. Elle laisserait une grande discrétion aux analystes du contenu et alourdirait inutilement le processus³¹.

Ainsi, l'AQPM demande l'instauration d'une nouvelle bonification de 8 % du CIRQ pour les tournages réalisés à l'extérieur du « Grand Montréal » (pour les productions en prise de vue réelle (de type live action)) avec un ajustement du taux effectif maximal le cas échéant.

L'AQPM laisse le soin au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) de présenter une demande similaire pour le Programme de crédit d'impôt pour services de production, mais elle reconnaît le bénéfice pour l'ensemble de l'industrie de favoriser les tournages nationaux et internationaux en région.

³⁰ [Lignes directrice du programme de crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise](#), p.28

³¹ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, pp. pp. 106-107.

5. Modernisation des paramètres du CIRQ

Les propositions suivantes visent à adapter les lignes directrices du programme de CIRQ afin qu'elles répondent mieux à la réalité actuelle du milieu et aux habitudes d'écoute des auditoires québécois de tous les âges.

a. Élargissement des genres admissibles au CIRQ pour les émissions de télé-réalité

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. Souvent produites pour les diffuseurs privés, leur inclusion dans les genres admissibles comme cela est déjà le cas pour le crédit d'impôt fédéral permettrait de faciliter la production de ce type de contenu.

L'AQPM a évalué les coûts de la mise en place d'un tel élargissement en se basant sur les données fournies par ses membres. Le volume annuel de ce type de productions varie entre 85 millions et 95 millions de dollars. Les inclure dans le CIRQ, pourrait représenter un coût maximum de 14 millions de dollars. Pour les adaptations québécoises de formats étrangers, le taux de base du CIRQ applicable serait de 28 % sur les dépenses en main-d'œuvre et non de 32 % qui est le taux de base pour les contenus originaux.

L'AQPM demande de rendre les productions de télé-réalité admissibles au CIRQ en utilisant la même définition que celle du programme de Crédit d'impôt pour production cinématographiques et magnétoscopiques canadiennes (CIPC).

À titre informatif, le CIPC définit une télé-réalité *comme une production dans laquelle se retrouvent des éléments de compétition, et dont les personnages évoluent au fil des épisodes (par exemple, en commençant avec un groupe de concurrents qui rivalisent les uns contre les autres et qui sont éliminés au cours de la série)*³². »

b. Ajout du financement provenant du Bureau de l'écran autochtone à la liste des montants d'aide prescrits au programme de CIRQ.

Le [Bureau de l'écran autochtone](#) (BEA) fut fondé en 2017 pour soutenir la production de contenus médiatiques créés et produits par des membres des communautés autochtones du Canada. Le Bureau finance notamment des courts métrages, des longs métrages, des séries télévisuelles et des web séries linéaires par l'entremise de son Fonds de narration. Il administre également, depuis le 1^{er} avril 2025, le Programme autochtone du Fonds des médias du Canada qui consacre 10 millions de dollars annuellement au développement et à la production de contenus audiovisuels.

³² [Programme pour crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne](#)

Le BEA reçoit présentement 13 millions de dollars annuellement de Patrimoine canadien. Depuis novembre 2023, il est aussi reconnu comme un fonds de production indépendant certifié par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) ce qui lui permet de recevoir des contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion³³. De plus, dans la Politique réglementaire 2024-121³⁴, le CRTC a aussi établi que le BEA recevra obligatoirement une portion des contributions initiales de base des services de diffusion continue en ligne ayant été estimée à 14 millions de dollars par année. Le rôle que le BEA joue dans l'écosystème de financement de la production autochtone est donc appelé à croître, y compris pour les entreprises des Premières Nations et des communautés Inuit et Métis établies au Québec. L'augmentation du nombre d'entreprises autochtones figurant parmi la liste de membres de l'AQPM confirme l'expansion de ce secteur qui œuvre ardemment à se réapproprier ses récits.

Entre 2021-2022 et 2024-2025, la contribution du BEA au développement, à la production, à la post-production et à la mise en marché des productions autochtones du Québec est passée de 683 500 \$ à 1 592 000 \$³⁵. Toutefois, les contributions octroyées par le BEA présentement inscrites aux structures financières des productions autochtones du Québec réduisent les frais de production admissibles pour les fins du calcul du crédit d'impôt à recevoir via le programme de CIRQ.

C'est pourquoi l'AQPM demande d'inscrire tout financement provenant du Bureau de l'écran autochtone dans la liste des montants d'aide prescrits au programme du CIRQ.

Cette adaptation permettrait non seulement aux entreprises de productions autochtones de bénéficier pleinement de l'aide qu'elles reçoivent du BEA, mais il s'agirait en plus d'un geste cohérent avec la démarche de la SODEC de collaborer davantage avec le Bureau. En effet, en 2025, le BEA et la SODEC ont convenu d'un protocole d'entente ayant pour objectif d'accroître leurs relations d'affaires ainsi que le soutien aux entreprises de production détenues par des membres des Premières Nations et des Inuits du Québec³⁶. Le GTAAQ fait aussi mention de l'importance d'assurer la présence des contenus et des récits portés par des entreprises autochtones dans le paysage audiovisuel québécois, notamment par l'entremise de Télé-Québec³⁷. En intégrant l'aide reçue du Bureau de l'écran autochtone à la liste des montants d'aides prescrits au programme du CIRQ au même titre que ceux d'autres agences fédérales similaires comme le Fonds des médias du Canada, l'ONF et Téléfilm Canada, le gouvernement poserait un geste concret en faveur de la croissance et de la prospérité du secteur de la production autochtone québécoise.

³³ [Radiodiffusion - Lettre du Secrétaire général adressée à Kerry Swanson \(Bureau de l'écran autochtone\) | CRTC](#)

³⁴ [Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2024-121 | CRTC](#)

³⁵ Données fournies par le Bureau de l'écran autochtone à l'AQPM le 11 décembre 2025. La contribution était de 297 000 \$ en 2022-2023 et 1 259 000 \$ en 2023-2024. Ces sommes proviennent du Fonds de narration et ne comprennent pas celles allouées par l'entremise du Programme autochtone administré par le BEA pour le FMC.

³⁶ [La SODEC et le Bureau de l'écran autochtone font équipe - SODEC](#)

³⁷ [Souffler sur les braises](#), Rapport du Groupe de travail sur l'audiovisuel au Québec, septembre 2025, p. 68-69.

c. Adaptation de certaines définitions du CIRQ aux habitudes de consommation des contenus

Depuis la mise en place du CIRQ, les genres produits et les plateformes auxquelles les contenus sont destinés ont beaucoup évolué pour répondre aux goûts du public et aux exigences des formats requis par les diffuseurs. L'ouverture du CIRQ aux productions destinées aux plateformes en ligne illustre bien ce phénomène. Mais il existe malheureusement des restrictions quant à la durée des œuvres. Pourtant, lorsqu'elles sont de formats courts, elles représentent un véhicule idéal pour rejoindre les jeunes publics. De plus, ces contenus constituent une porte d'entrée pour les créateurs et les producteurs de la relève. Il s'agit d'un véritable laboratoire pour expérimenter sur les plans créatifs et techniques. Le GTAAQ fait d'ailleurs allusion à la modernisation des critères admissibilité au CIRQ à la mesure 30 de son rapport.

Afin de répondre adéquatement à l'évolution des habitudes d'écoute et de rejoindre davantage les jeunes publics avec les formats courts, l'AQPM demande la révision de quelques-unes des définitions des genres admissibles au CIRQ afin de retirer les notions de durée de leur libellé. Cette proposition concerne deux catégories de films admissibles au programme de Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise qui seraient dorénavant définies ainsi :

Les catégories de films admissibles à la reconnaissance d'un film en tant que production cinématographique québécoise sont les suivantes :

[...]

~~2° 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;~~

[...]

~~5° les émissions audiovisuelles de type magazine qui sont conçues et agencées spécialement pour la télévision ou la diffusion en ligne et qui répondent aux exigences suivantes :~~

~~a) elles s'inscrivent dans un cycle de programmation, elles sont constituées en série comportant au moins sept épisodes ;~~

~~b) elles ne sont ni de la fiction, ni de la reconstitution de faits réels, ni de la télé réalité ;~~

~~c) chacune de ces émissions a une durée minimale de 30 minutes de programmation ou de 20 minutes de contenu audiovisuel;~~

~~d) chacune de ces émissions porte sur plusieurs sujets, qu'ils appartiennent ou non à un même domaine de connaissance.~~

~~d) chacune de ces émissions est constituée de segments indépendants dont la durée est comparable.»~~

Il est à noter qu'avec le retrait de la durée des magazines et des documentaires, nous suggérons de mieux préciser les exclusions. Les catégories suivantes ne constitueraient pas des catégories de films admissibles :

- les films qui sont des blogues et des vlogues;
- les films dont le contenu est généré par les utilisateurs, sous toutes leurs formes;
- les films qui présentent l'évaluation d'un produit ou d'une technique.

Conclusion

Le gouvernement du Québec a démontré à plusieurs reprises son attachement à la culture québécoise. Seulement dans les derniers mois, il a posé des gestes significatifs en bonifiant le crédit d'impôt de production et en faisant adopter deux projets de loi, l'un pour promouvoir la découvrabilité des contenus culturels francophones et l'autre, afin de moderniser le cadre législatif de la SODEC.

Le premier ministre Legault réaffirmait d'ailleurs récemment l'importance de la culture en parlant de l'identité³⁸.

« Ce qui nous définit, c'est aussi beaucoup notre culture. Notre belle langue française, notre histoire, notre patrimoine, les arts et ce qu'on appelle nos productions culturelles. Vous le savez, j'aime la culture québécoise, les livres, les chansons, la télé, le cinéma, le théâtre.

Pour moi, c'est un devoir pour le premier ministre de la nation québécoise de protéger la culture québécoise, d'en être le gardien ultime au sein du gouvernement. »

François Legault constatait également à quel point cette culture était mise à mal dans un environnement numérique dominé par quelques joueurs qui y dictaient les règles.

« Tout ça est à risque et en s'appuyant notamment sur le rapport du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel, le ministre de la Culture va continuer de prendre ce défi à bras le corps, avec l'appui de tout le gouvernement. Mais ça doit dépasser le gouvernement. Ça doit devenir un défi collectif de faire découvrir notre culture à nos jeunes et aux nouveaux arrivants. »

Les producteurs indépendants du Québec se définissent comme des bâtisseurs de culture. Pour mener à bien leur mission, ils ont besoin de pouvoir continuer de compter sur un ministre, un gouvernement et une Assemblée nationale qui s'uniront pour mettre en œuvre les mesures préconisées par le Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel. Le rapport trace une feuille de route qui doit être rapidement suivie si l'on veut continuer de partager un patrimoine commun.

³⁸ Discours inaugural, 30 septembre 2025. [Discours d'ouverture du premier ministre Gouvernement du Québec](#)

Dans le présent document, l'AQPM a identifié certaines mesures financières qui lui semblent prioritaires pour une première étape. Elle espère cependant que d'autres recommandations comme celle sur la mise en place d'une politique québécoise d'éducation à l'image et de littératie numérique soit élaborée avec le ministère de l'Éducation dans les meilleurs délais.

L'intelligence artificielle (IA) s'invite également dans la discussion. Objet de grandes inquiétudes et d'opportunités, le ministère de la Culture et des Communications devrait mettre en place un Observatoire de l'IA et un baromètre des usages de l'IA dans le secteur de l'audiovisuel comme l'a fait le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) en France³⁹ afin de suivre l'évolution des usages et de permettre des discussions éclairées entre les diverses parties prenantes. Cela permettrait également de définir les actions prioritaires à mener dans ce domaine.

Oui, la culture québécoise, notre culture, mérite qu'on se batte ensemble pour elle. C'est ce pour quoi les producteurs indépendants du Québec et les milliers de professionnels qu'ils emploient s'y dédient au quotidien.

³⁹ https://www.cnc.fr/professionnels/observatoire-de-lintelligence-artificielle_2390539