



*Mémoire
Consultations prébudgétaires
du Québec
Budget 2019*

29 janvier 2019



Sommaire

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 et en langue anglaise.

L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle québécoise a généré en 2017-2018 un volume global de production de 1,8 milliard de dollars qui a créé 36 400 emplois directs et dérivés. Il s'agit d'emplois bien rémunérés, notamment pour les créateurs, les interprètes et les artisans. Bien que l'épicentre de la production demeure Montréal et Laval, plus du quart de celle-ci est tournée dans les diverses régions du Québec. On compte d'ailleurs une trentaine de maisons de production dont le siège social est situé à plus de 150 kilomètres de Montréal et qui participent, à titre d'entrepreneurs indépendants au développement économique de leur région.

Depuis plusieurs années, cette industrie connaît des changements majeurs avec la multiplication des canaux de diffusion et de distribution. L'accessibilité aux œuvres de toute provenance a accru la concurrence des productions locales avec les productions étrangères et elle a changé les habitudes de consommation. Les écrans, les sources d'approvisionnement et les choix sont multiples. La demande en contenu est donc amplifiée et il est essentiel que la culture québécoise avec ses valeurs et sa langue, y soit reflétée. Pourtant, les productions télévisuelles et cinématographiques de langue française souffrent d'un sous-financement qui nuit à leur compétitivité et à leur présence sur l'ensemble des écrans et des plateformes. À travers les programmes de la SODEC et les crédits d'impôts, le gouvernement du Québec offre un appui important et nécessaire aux entreprises œuvrant dans ce secteur. Cette aide doit cependant être bonifiée, notamment pour le secteur télévisuel où il n'existe pas de programme de soutien à la production. Le plan d'action gouvernemental en culture 2018-2023 déposé en juin 2018 est d'ailleurs muet sur cette question, tout comme il l'est sur les besoins particuliers du secteur de l'animation et sur ceux des entreprises de production régionale. Les sommes supplémentaires dévolues à la SODEC pour soutenir la production dans les secteurs où elle agit déjà, comme le cinéma, sont nettement insuffisantes pour lui permettre de rehausser les budgets de production et de soutenir plus de longs métrages.

Le gouvernement du Québec joue un rôle essentiel dans la vitalité de l'industrie de l'audiovisuel en façonnant un environnement qui permet la création, la production et le rayonnement des contenus québécois tant sur le territoire national qu'international. Le gouvernement nouvellement élu a plusieurs fois manifesté son engagement pour le soutien des entrepreneurs, pour le développement économique des régions, pour la création d'emplois bien rémunérés, pour la pérennité de la langue française et l'intégration des nouveaux arrivants à la société québécoise. C'est à toutes ces préoccupations que les producteurs indépendants du Québec répondent en offrant des contenus de qualité qui participent à la fois au développement économique et au façonnement d'un identité commun.



Voici des mesures que nous demandons au gouvernement du Québec de mettre rapidement en place afin d'assurer la pérennité et le développement des entreprises québécoises de production indépendante:

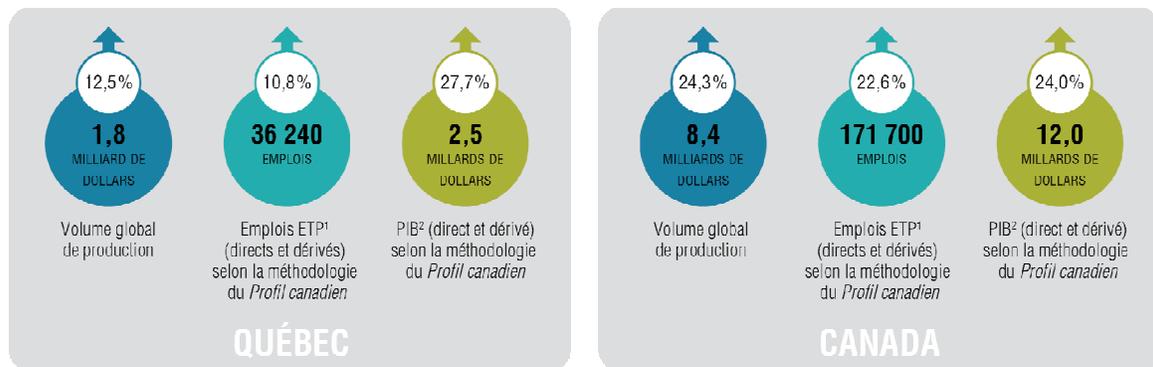
- **Créer un programme d'aide à la production télévisuelle : 10 millions \$ (enveloppes corporatives)**
- **Hausser le budget alloué à la SODEC pour la production cinématographique : 5 millions \$**
- **Créer une mesure incitative pour la production audiovisuelle régionale : 3 millions \$**
- **Renforcer le rôle culturel de Québec, capitale nationale : ajout par le MCC et le Secrétariat à la Capitale-Nationale de 800 000 \$**
- **Établir des partenariats avec les régions pour l'établissement de fonds régionaux de soutien à la production cinématographique et télévisuelle : à déterminer selon l'intérêt et les besoins**
- **Intégrer une bonification pour les tournages de longs métrages (fiction et documentaires) québécois effectués en région par une maison de production indépendante québécoise : évaluation selon la SODEC de 1, 1 million \$**
- **Créer, pour le secteur de l'animation, un programme de prototypage et de préventes internationales : 2 millions \$**
- **Créer, pour le secteur de l'animation, un programme d'avances corporatives remboursables : 10 millions \$ (récupérables)**
- **Devancer le paiement du CIRQ**
- **Ajouter l'aide financière obtenue des Fonds de production indépendants certifiés à la liste des montants d'aide prescrits : évaluation selon la SODEC de 575 000 \$**
- **Réviser certaines catégories de production admissibles au CIRQ pour les adapter au marché et aux nouvelles habitudes de consommation des contenus.**

Introduction

Un secteur économique important

En 2017, le secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble a généré un apport de 2,5 milliards de dollars au PIB du Québec, soit le quart du PIB de l'industrie de l'information et de la culture (qui est de 10,1 milliards).¹ L'industrie de la production télévisuelle a représenté 38 % de cet apport, soit 947 millions de dollars. À titre comparatif, les industries de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse apportaient 5,4 milliards de dollars au PIB en 2017 et celle de la fabrication de produits aérospatiaux et de leurs pièces, 4 milliards.

En 2016-2017, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle québécoise a généré un volume global de production de 1,8 milliards de dollars et fournit 36 400 d'emplois directs et dérivés ÉTP (équivalent temps plein).² Il s'agit d'emplois bien rémunérés, notamment pour les créateurs, les interprètes et les artisans.³



1. ETP : Équivalents temps plein

2. PIB : Produit intérieur brut

Note : Emplois et contribution au produit intérieur brut (PIB) pour le Québec : Il s'agit du nombre d'emplois et du PIB calculés selon la méthodologie du *Profil canadien* sur la base des estimations de la production globale présentées à la figure 1.3.

Sources : Volume global de production au Québec :

Société de développement des entreprises culturelles, données provenant du programme québécois de crédit d'impôt.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes :

Relevés statistiques et financiers des services facultatifs et sur demande, 2011-2015 et 2012-2016.

Relevés statistiques de la télévision traditionnelle, 2011-2015 et 2012-2016.

Données pour le Canada :

Nordicité (2018). *Profil 2017. Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada.*

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

¹ ISSQ. Juin 2018. Produit intérieur brut par industrie au Québec. En ligne : <https://bit.ly/2AlbamD>

² MARCEAU, Sylvie (2018). *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*, [En ligne], Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 118 p. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf].

³ Les revenus annuels moyens sont estimés à 62 043 \$ à l'échelle du Canada. *Idem*, p. 111



Le secteur de la production audiovisuelle est non seulement important en termes économiques mais également pour son impact identitaire, social et culturel. Tout en nous définissant comme peuple, les œuvres québécoises témoignent de notre créativité et de notre savoir-faire. Elles sont une porte d'entrée vers une meilleure compréhension de notre société et elles facilitent les échanges entre les gens d'ici et ceux d'ailleurs.

Un environnement en mutation

Depuis plusieurs années, cette industrie connaît des changements majeurs avec la multiplication des canaux de diffusion et de distribution. L'accessibilité aux œuvres de toute provenance a accru la concurrence des productions locales avec les productions étrangères et elle a changé les habitudes de consommation. Les écrans, les sources d'approvisionnement et les choix sont multiples. La demande en contenu est donc amplifiée et il est essentiel que la culture québécoise y soit reflétée.

Si les Québécois et Québécoises consomment toujours le cinéma d'ici⁴ et favorisent encore majoritairement les services de télévision de langue française, leur accordant près de 93 % de leur écoute totale de la télévision, c'est surtout parce que qu'ils y retrouvent encore des contenus de qualité qui leur ressemblent et qui correspondent à leurs attentes.

La langue a longtemps agi de rempart en protégeant le marché québécois et en le rendant moins perméable aux contenus de langue étrangère. Cette barrière est toutefois de moins en moins étanche. Selon Statistique Canada, le taux de bilinguisme français-anglais a atteint un nouveau sommet au Canada en 2016, s'établissant à 17,9 %. Plus de 60 % de la croissance de la population bilingue sont attribuables au Québec où 44,5 % des personnes sont bilingues.⁵ De plus, les services de diffusion vidéo en ligne comme Netflix offrent le doublage ou le sous-titrage en français de leurs productions originales (et souvent dans plusieurs autres langues). Et si le contenu n'est pas disponible en français, c'est en anglais que 99 % des jeunes interrogés par le CEFRIO en 2017 regardent en ligne le contenu audiovisuel en langue originale anglaise. L'anglais est de loin la deuxième langue d'écoute la plus utilisée au Québec, dominant nettement toute autre langue.⁶ Le gouvernement québécois a récemment annoncé son intention d'accélérer l'accessibilité aux services internet haute vitesse dans toutes les régions du Québec, ce qui facilitera l'écoute de contenu vidéo offert par des plateformes en ligne dont les plus populaires sont étrangères.⁷

⁴ La part de marché du cinéma québécois en 2017 a été de 11,2 % grâce à *Bon Cop Bad Cop 2*, *De père en flic 2*, *Pieds nus dans l'aube*, *Junior majeur* et *C'est le cœur qui meurt en dernier*. Elle a subi une baisse en 2018 pour s'établir à 8,2 %, ce qui représente tout de même à la 2^e meilleure performance en sept ans. Ce sont les films *1991*, *La Chute de l'empire américain*, *La Bolduc*, *La Guerre des Tuques 3D* et *Le Trip à trois* qui ont fait le plus d'entrées en salles.

⁵ Statistique Canada. *Un nouveau sommet pour le bilinguisme français-anglais*. Juin 2017.

En ligne : <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/as-sa/98-200-x/2016009/98-200-x2016009-fra.cfm>

⁶ CEFRIO. *Visionnement connecté par les jeunes au Québec*. 2017.

En ligne : <https://cefrio.qc.ca/media/1347/visionnement-connecte-jeunes-au-quebec.pdf>

⁷ Ainsi, au Québec, les plateformes les plus populaires sont Netflix (33 % des foyers québécois branchés y sont abonnés), Club Illico (19 %) et Extra Tou.tv (4%). C'est ce que révèlent les données du premier volet de l'enquête



Bien que l'écoute en mode traditionnel des productions locales rencontre toujours la faveur de l'auditoire québécois francophone, elle est en déclin depuis 2011 alors que les services en ligne gagnent du terrain. En 2017, les Québécois consacraient hebdomadairement 32 heures par semaine à l'écoute de la télévision traditionnelle, soit trois heures de moins qu'en 2011. Cette diminution s'observe particulièrement chez le 12-17 ans (- 9 heures), les 18-34 (- 8 heures) et les 35-49 ans (- 7 heures).⁸ Comme le soulignait le CRTC, *la télévision traditionnelle cède la place à la personnalisation*.⁹ L'adoption croissante de dispositifs reliés à l'internet, permet au consommateur une écoute sur demande des contenus de son choix,¹⁰ au moment et dans le lieu qui lui conviennent.

Parmi les services audiovisuels sur demande qui retiennent l'attention des Canadiens, ce sont les services par contournement, avec Netflix en tête, qui détiennent la palme de la popularité. Les abonnements à ce type de services sont passés de 10 % en 2011 à 54 % en 2017 pour l'ensemble des Canadiens et de 3 % à 41 % pour le marché de langue française¹¹. Ces services sont encore plus présents dans les foyers comptant des enfants¹². Et les habitudes de consommation des jeunes Québécois laissent présager un avenir inquiétant pour le marché des œuvres québécoises. Une étude menée en 2017 par le CEFRIO révèle qu'en vieillissant, les jeunes Québécois tendent à écouter moins de contenu francophone (59 % chez les 16-18 ans et 49 % chez les 19-25 ans). Ainsi, si la majorité des séries écoutées étaient américaines, sur les 127 séries nommées au cours de l'enquête, uniquement 18 % d'entre elles étaient québécoises.¹³ La domination américaine ira d'ailleurs en s'accroissant, Disney rendant disponible Disney+ et Hulu au Canada en 2019.

NETendances 2017 du CEFRIO qui dresse le portrait numérique des foyers québécois. En ligne : <https://cefrio.qc.ca/fr/enquetes-et-donnees/netendances2017-portrait-numerique-foyers-quebecois/>

⁸ *La télévision*, Portrait de la télévision au Québec, Centre d'études sur les médias, Université Laval, mars 2015 - mise à jour août 2018. En ligne : <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Television.pdf>

⁹ CRTC. *Emboîter le pas au changement : L'avenir de la distribution et de la programmation au Canada. Aperçu du marché*. En ligne : <https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/>

¹⁰ Près de 500 séries télévisuelles ont été produites en 2017. Variety. *487 Scripted Series Aired in 2017, FX Chief John Landgraf Says*. En ligne : <https://bit.ly/2AI0lkt>

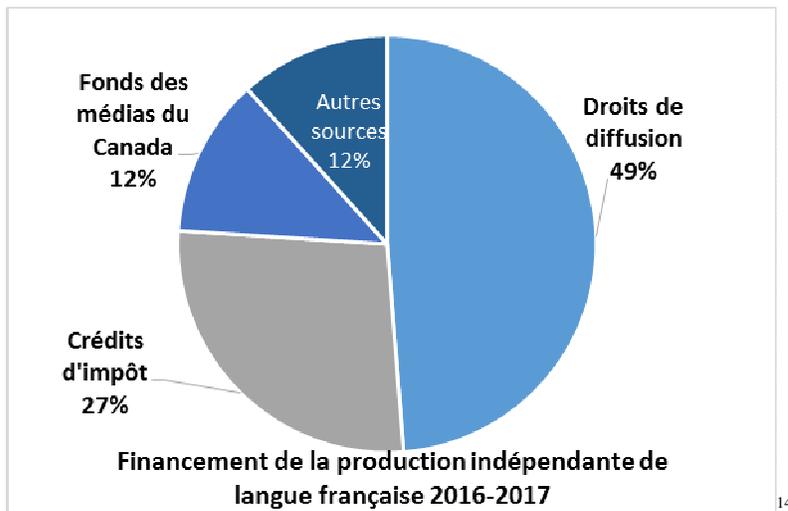
¹¹ Source OTM. Automne 2017. En ligne : <https://mtm-otm.ca/Home>

¹² *Parmi les services d'abonnements payants pour visionner des films ou des séries sur Internet, Netflix ressort nettement comme le plus populaire, en étant présent dans 50 % de l'ensemble des foyers comptant des jeunes de 12 à 25 ans. De plus, les foyers de la région métropolitaine de Montréal disposent d'un abonnement à Netflix dans une proportion de 61 % contre 43 % pour le reste du Québec. Le deuxième service d'abonnement payant le plus populaire est Club Illico, présent dans 26 % de l'ensemble des foyers*. CEFRIO. *Visionnement connecté par les jeunes au Québec*. 2017. P. 14 En ligne : <https://cefrio.qc.ca/media/1347/visionnement-connecte-jeunes-au-quebec.pdf>

¹³ CEFRIO. *Quel usage du Web faisaient les jeunes Québécois de 12 à 25 ans en 2017 ?* 5 décembre 2017, mise à jour le 11 septembre 2018 En ligne : <https://cefrio.qc.ca/fr/realisations-et-publications/visionnement-connecte-par-les-jeunes-au-quebec/> et CEFRIO. *Visionnement connecté par les jeunes au Québec*. 2017.

Supporter la production télévisuelle de langue française

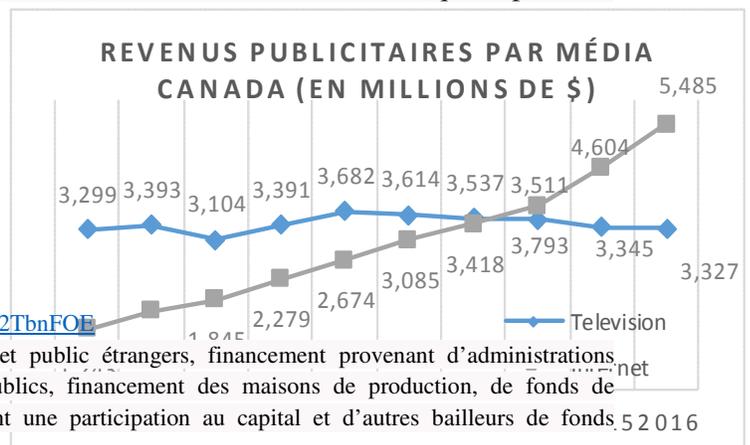
Les principales sources de financement de la production télévisuelle indépendante au Québec sont les droits de diffusion des télédiffuseurs, les crédits d'impôt (fédéral et provincial) et le Fonds des médias du Canada (FMC).



Alors que la concurrence s'internationalise, le financement actuel de l'industrie audiovisuelle repose sur des joueurs dont les revenus déclinent. De plus en plus sollicitée par les nouvelles plateformes et les nouveaux contenus qui circulent sur l'internet, l'attention des auditoires se détourne des écrans traditionnels.

La baisse des auditoires pour les émissions nationales et la concurrence exercée par les plateformes numériques se répercute sur les revenus publicitaires des chaînes généralistes de télévision. Si les canaux spécialisés s'en tirent mieux, c'est désormais sur internet que la publicité triomphe.

Entre 2007 et 2016, la part de la publicité télévisée au Canada est passée de 31 % du volume global de publicité à 26 %, tandis

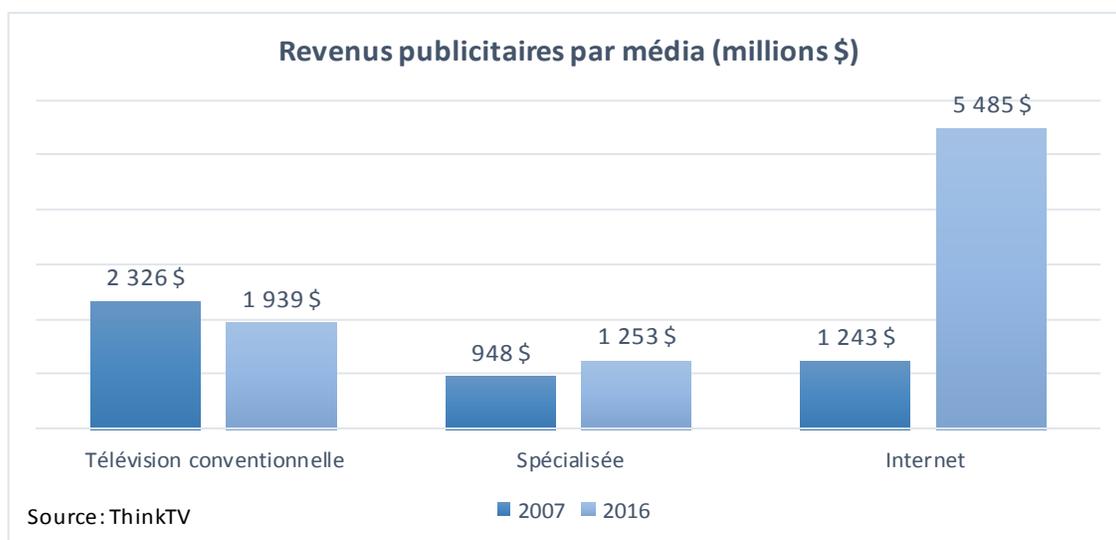


¹⁴ Source CMPA. Profil 2017. En ligne : <https://bit.ly/2TbnFOE>

Autres sources de financement : financement privé et public étrangers, financement provenant d'administrations provinciales et d'autres ministères et organismes publics, financement des maisons de production, de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

que celle de la publicité sur internet passait de 12 % à 42 %.

D'après les données du CRTC, les revenus publicitaires de la télévision privée de langue française, ont subi une réduction de 3,5 % entre 2012 et 2016¹⁵. Le financement de la production audiovisuelle canadienne dépend directement de la capacité financière des diffuseurs privés et publics à investir dans la production de contenu original. Le marché domestique canadien ne peut en effet suffire à soutenir la production de contenus nationaux diversifiés et de qualité. Par exemple, les licences payées par les diffuseurs représentent environ 25 à 40 % du coût moyen d'une émission dramatique, documentaire, jeunesse ou de variétés. Cet apport des diffuseurs sera généralement moindre pour les productions de langue anglaise par rapport à celles de langue française puisqu'elles jouissent à prime abord d'un marché plus étendu. Les distributeurs et les diffuseurs étrangers contribuent plus souvent au financement de la production de langue anglaise. De plus, les obligations de dépenses en émissions canadiennes imposées par le CRTC aux diffuseurs représentent un pourcentage fixe des revenus. La baisse de ceux-ci a donc une incidence directe sur les sommes investies dans la production audiovisuelle indépendante.



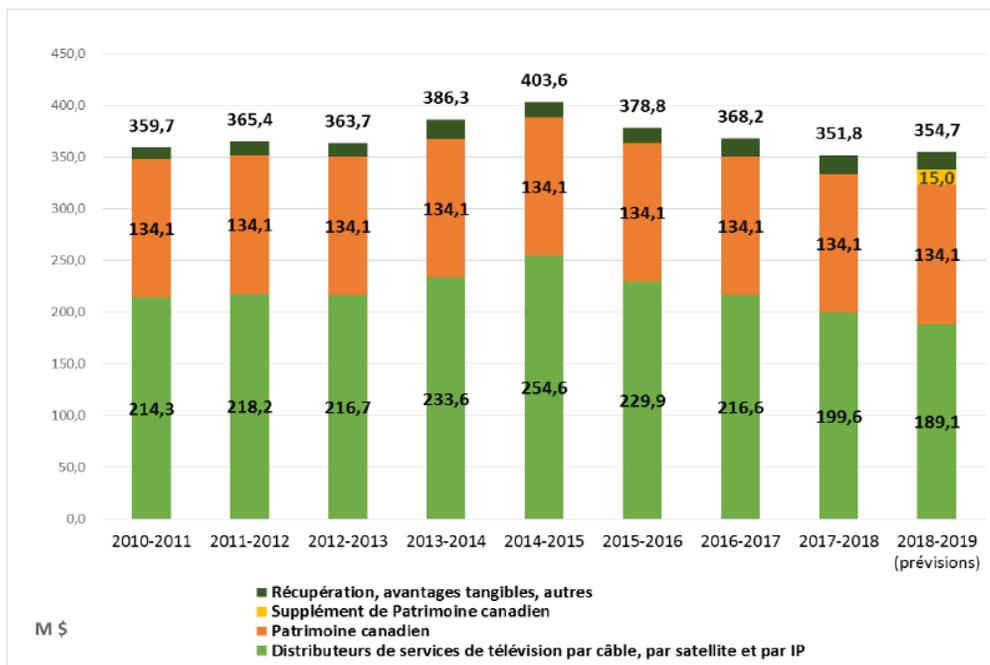
Pour leur permettre de se développer de façon créative, professionnelle et compétitive, les producteurs indépendants du Québec ont pu compter sur une série de mesures structurantes comme la mise sur pied de crédits d'impôts par les gouvernements fédéral et provincial et sur une contribution des entreprises de distribution par câble, par satellite et par fibre optique. Cette contribution qui correspond à 5 % des revenus de ces entreprises est ensuite versée dans des fonds qui soutiennent le financement de contenus audiovisuels nationaux difficiles ou coûteux à financer comme les documentaires, les dramatiques, les émissions jeunesse ou celles des arts de la scène et variétés. C'est ainsi qu'a été constitué le Fonds des médias du Canada (FMC) encore

¹⁵ Source : CRTC *Rapport de surveillance des communications 2017*. En ligne : <https://bit.ly/2DBv8IP>

alimenté aujourd’hui par les sommes provenant des entreprises de distribution par câble, par satellite et par fibre optique auxquelles s’ajoute un montant versé par Patrimoine canadien. Avec la baisse des revenus d’abonnement, les contributions des entreprises sont passées de 254,6 millions de dollars en 2014-2015 à 199,6 millions de dollars en 2017-2018.

La légère hausse illustrée dans le graphique ci-dessous provient d’un apport additionnel de 15

■ CONTEXTE ACTUEL — REVENUS TOTAUX DU FMC



millions de dollars accordé par Patrimoine canadien pour pallier en partie la baisse des contributions de la part des entreprises de distribution de radiodiffusion. Bien que le gouvernement fédéral se soit engagé à maintenir et augmenter cette compensation pour les cinq prochaines années, les revenus du FMC n’atteindront plus jamais leur niveau record de 2014-2015.¹⁶

Certaines séries américaines disponibles en visionnement continu sur les plateformes numériques sont produites avec des budgets extraordinaires. Ainsi 130 millions de dollars américains ont été dépensés pour produire dix épisodes de la série *The Crown* et 90 millions pour *Marco Polo*¹⁷. La différence est flagrante lorsque l’on compare avec les sommes dépensées au Canada pour le même type de contenu. En 2017-2018, le devis moyen d’un épisode d’une heure d’une série

¹⁶ Source : FMC. Consultation auprès de l’industrie 2018. En ligne : <https://bit.ly/2zSje2s>

¹⁷ Michelle Regalado. *The Most Expensive Netflix Original TV Shows*. Avril 2018. En ligne : <https://www.cheatsheet.com/entertainment/expensive-netflix-original-tv-shows.html/>

dramatique canadienne de langue anglaise était de près de 2 millions de dollars canadiens, alors qu'en langue française le budget s'élevait à 455 000 \$.¹⁸ La situation est similaire pour les émissions jeunesse et les documentaires dont le financement a diminué de 40 % sur une période de dix ans.

Devis moyens des émissions financées par le FMC par genre et par langue													
	2006-	2007-	2008-	2009-	2010-	2011-	2012-	2013-	2014-	2015-	2016-	2017-	écart
K\$	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015	2017	2018	2007/2017
Anglais													
Enfants et jeunes	510	564	495	534	512	445	518	585	644	694	686	526	3%
Documentaire	337	275	346	351	356	342	320	322	329	339	415	359	7%
Dramatique	1367	1317	1337	1394	1408	1608	1610	1649	1543	1631	1789	1991	46%
Variétés et arts de la scène	429	250	327	280	219	474	240	414	253	322	497	241	-44%
Français													
Enfants et jeunes	185	132	145	154	147	146	150	158	128	149	156	181	-2%
Documentaire	231	168	164	166	185	159	162	150	139	143	139	139	-40%
Dramatique	500	439	465	566	430	512	445	436	454	469	434	455	-10%
Variétés et arts de la scène	180	171	171	147	156	159	210	225	228	221	239	255	42%

Source : Rapports annuels du FMC – Compilation AQPM

Un constat émerge de ces données : la production télévisuelle canadienne de langue française est sérieusement sous-financée pour se démarquer dans ce nouveau modèle de la télévision qui s'éloigne progressivement de la télévision traditionnelle basée sur les côtes d'écoute et ayant la publicité comme moyen de financement, pour se rapprocher du contenu en ligne accessible sur demande à l'échelle mondiale.

Créer une mesure d'aide à la production télévisuelle

Si les plateformes numériques ont chamboulé les modèles d'affaires de la production télévisuelle, elles ont aussi créé une demande croissante pour du contenu dramatique et documentaire, destiné à tous les groupes d'âge, en animation et en prises de vue réelles. Les sommes que ces plateformes ont pu injecter dans leurs productions originales ont relevé le niveau de qualité auquel le public s'attend, créant *de facto* de la pression chez les télédiffuseurs traditionnels pour faire de même, avec des budgets en chute libre. Les productions dramatiques et documentaires comptent parmi les genres ayant le plus fort potentiel d'exportation, sous forme de produits finis ou de formats. Les séries dramatiques fournissent des salaires enviables aux équipes de

¹⁸ Fonds des médias du Canada. *Rapport Annuel 2017-2018*. En ligne : <https://ar-ra17-18.cmf-fmc.ca/fr/funding/convergent/>



production sur de multiples saisons, lorsqu'elles sont renouvelées. Le nombre de personnes travaillant sur les plateaux de tournage d'une série de fiction varie entre quarante et soixante quotidiennement. Les télédiffuseurs sont friands de séries dramatiques puisqu'elles accaparent des parts de marchés substantielles à heures de grande écoute, un argument auquel les publicitaires sont sensibles.

Contrairement au secteur cinématographique qui peut compter sur des fonds en provenance des deux paliers de gouvernement pour soutenir les projets, la production télévisuelle n'a accès qu'à du financement fédéral provenant du Fonds des médias du Canada (FMC). Le financement de la production québécoise indépendante francophone est donc fortement tributaire des licences de diffusion (49 %) et du financement du FMC (12 %), deux sources en déclin. La complémentarité des fonds octroyés par la SODEC et par Téléfilm Canada pour le cinéma permet de soutenir plus de longs métrages de langue française et d'atténuer les écarts avec les budgets des œuvres de langue anglaise. L'AQPM souhaite que la SODEC puisse également participer directement au financement de la production télévisuelle¹⁹.

L'AQPM propose au gouvernement du Québec de mettre en place pour les entreprises québécoises de production indépendante²⁰ un programme d'aide à la production télévisuelle de 10 millions de dollars administré par la SODEC et qui prendrait la forme d'enveloppes corporatives inspirées du système des comptes automatiques du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) détenus par les producteurs indépendants de la France. L'objectif de la mesure est de bonifier les budgets des productions dramatiques et documentaires de langue française, de diminuer l'écart avec les budgets de langue anglaise et de permettre aux productions québécoises de demeurer compétitives à l'échelle internationale.

La proposition des enveloppes corporatives est basée sur le modèle des comptes automatiques destinés aux producteurs en France. Le CNC, organisme principal de financement de la production audiovisuelle française, remet une partie de son financement sous forme de comptes automatiques dont la valeur est basée sur l'expérience des producteurs et sur la valeur d'une œuvre établie selon certains paramètres. 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. Bien qu'un producteur doive se qualifier d'abord pour un genre précis pour accéder à un compte, il est libre d'affecter les sommes disponibles aux productions de son choix, peu importe leurs genres.

¹⁹ Pour le moment, la SODEC consacre 1,8 millions \$ par année à de l'aide à la production de documentaires uniques diffusés en salle et /ou à la télévision.

²⁰ Les entreprises québécoises de production indépendante ne peuvent être contrôlées par un diffuseur et elles doivent exercer le contrôle créatif et financier sur les œuvres. Elles doivent également être en mesure d'assurer leur exploitation commerciale.



Les comptes automatiques procurent au producteur davantage de pouvoir de négociation dans leurs relations avec les télédiffuseurs. Ils permettent également de mieux subvenir aux besoins de financement de la phase de développement des projets. En effet, un producteur peut affecter jusqu'à 40 % de son compte à des projets en développement ou 60 % si ces projets ne font pas l'objet d'une entente avec un télédiffuseur. Plus de soutien en phase de développement signifie plus de temps consacré aux éléments créatifs essentiels à la vente de formats télévisuels. Cela permet également d'assurer un volume de travail continu et de consolider une relève au sein des entreprises.

L'argent déposé dans les comptes du CNC est disponible pour trois ans. L'argent non dépensé à la fin d'une année peut être reporté à l'année suivante, mais s'il en reste au bout de trois ans, celui-ci est remis dans l'enveloppe générale. Tout l'argent versé par le CNC constitue de l'aide non remboursable et aucun retour sur investissement n'est attendu. Le producteur doit soumettre un rapport de coût vérifié pour chaque projet dont le devis est supérieur à 50 000 euros (développement ou production).

L'AQPM suggère d'adapter le modèle des comptes du CNC au marché de la production audiovisuelle québécoise de langue française. Les producteurs bénéficiaires pourraient affecter une partie des sommes en développement de projets sans qu'un engagement avec un télédiffuseur ne soit nécessaire. Il pourrait, de plus, dédier une autre partie des sommes à la production, sous forme d'investissement du producteur. Les productions qui bénéficieraient des montants issus des enveloppes devraient faire l'objet de licences minimales de télédiffusion dont les montants pourraient être établis en fonction des licences moyennes octroyées par les diffuseurs pour les divers genres depuis cinq ans. De la même manière, les critères d'admissibilité à une enveloppe corporative seraient basés sur la feuille de route des cinq dernières années du producteur, de façon cohérente avec les pratiques de la SODEC et de Téléfilm Canada.

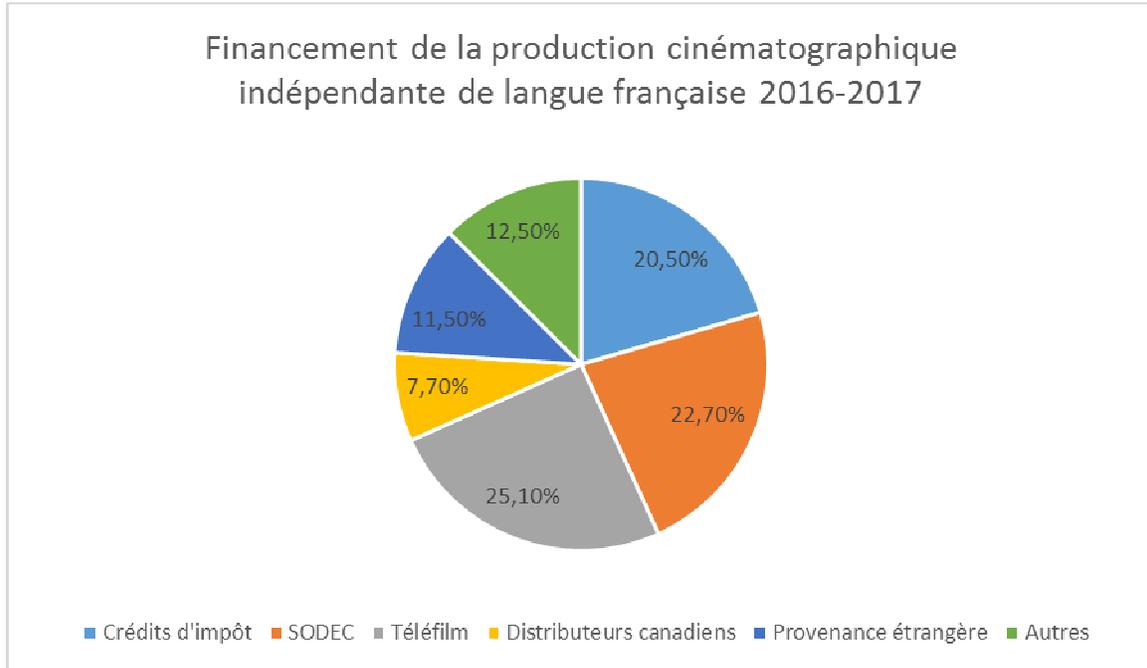
L'AQPM propose de limiter le financement disponible aux productions de fiction et de documentaires pour tous les groupes d'âge, en animation et en prises de vue réelles, pour la télévision et pour le web. Ceci permettrait d'optimiser les retombées des sommes disponibles sur la main d'œuvre et sur les perspectives d'exploitation à l'international.

Mieux soutenir la production cinématographique

Les principales sources de financement des longs métrages de fiction de langue française produits au Québec en 2016-2017 étaient les crédits d'impôts (fédéral 2,9 % et provincial 17,6 %) de même que les sommes provenant de la SODEC et de Téléfilm Canada. Les distributeurs canadiens ont contribué pour 7,7 % du budget alors que le financement de provenance étrangère représentait 11,5 %.²¹

²¹ Institut de la Statistique du Québec. *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf>

Financement de la production cinématographique indépendante de langue française 2016-2017



On remarque que le financement provenant des programmes d'aide de la SODEC est une composante essentielle du budget de production des œuvres cinématographiques de langue française produites au Québec. Cette part équivaut à celle versée par Téléfilm Canada. Sans cet apport, il serait impensable de soutenir l'industrie cinématographique au Québec puisque, tout comme dans le cas du Fonds des médias du Canada, Téléfilm ne consacre que le tiers de son budget à la production des longs métrages de langue française.

Le cinéma québécois est également victime d'un sous-financement. La valeur moyenne des devis des longs métrages de fiction de langue française était de 3,2 millions de dollars en 2016-2017, une baisse de 7 % par rapport à l'année précédente alors que le budget moyens des productions québécoises en d'autres langues que le français (très majoritairement en anglais) avait augmenté de 52 % pour se situer à 11,9 millions de dollars.²² En 2012-2013, le budget moyen d'un long métrage de langue française se situait à 4,9 millions de dollars, soit 53 % de plus que celui de l'année 2016-2017 alors que le budget des films de langue anglaise croissait de près de 150 % pendant la même période.

Même si l'aide financière de Téléfilm représente près du quart du financement d'un long métrage québécois, l'organisme fédéral peine à suivre le rythme des demandes en provenance du Québec. Souvent les sommes sont engagées à l'avance et il reste peu d'argent disponible en début d'année

Autres : droits de diffusions des télédiffuseurs 0,6 %, autre financement public 0,5 %, autre financement privé 11,4 % (apports du producteur, fonds privés, commandites, etc.)

²² Institut de la statistique du Québec – Observatoire de la culture et des communications du Québec. . *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf>



financière pour soutenir de nouvelles productions. Les producteurs doivent ainsi attendre une année ou deux pour compléter l'obtention du financement et pour débiter le processus de la préparation du tournage. En effet, le budget versé à Téléfilm Canada par le gouvernement fédéral et consacré à la production n'a pas augmenté depuis l'an 2000 alors que les demandes se font plus nombreuses. Il y a aussi un souci des bailleurs de fonds de soutenir la relève, la parité, la diversité et les productions autochtones sans que les enveloppes aient été ajustées pour tenir compte de ces nouvelles exigences.

L'apport financier de la SODEC fait donc plus que jamais, une différence dans le financement des productions des longs métrages de langue française. Malgré des budgets inférieurs à ceux des productions cinématographiques de langue anglaise, l'auditoire continue d'être fidèle aux productions d'ici comme en témoigne le succès de *De père en flic 2*, de *Bon Cop Bad Cop 2*, de *la Bolduc*, de *la Chute de l'empire américain*, de *1991* et plus récemment, de *La Course des Tuques*. Ce sont d'ailleurs dans les cinémas situés en région que l'auditoire fréquente le plus les films québécois. Cette fréquentation est particulièrement élevée dans le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine, l'Abitibi-Témiscamingue et le Centre-du-Québec. Dans ces quatre régions administratives la part de l'assistance aux films québécois dépasse les 20 %.²³ Évidemment, les budgets québécois de production ne se comparent en rien avec ceux des films américains et on peut se réjouir du succès des films québécois auprès d'un auditoire qui a régulièrement accès à des films dont les budgets surpassent les 100 millions de dollars et dont plusieurs, par ailleurs, font appel à l'expertise québécoise pour réaliser leurs effets visuels. Il faudra observer si cette fidélité se maintiendra au fur et à mesure que l'arrivée de l'internet haute vitesse en région rendra plus facile l'écoute de films étrangers sur les plateformes numériques. Chose certaine pour maintenir l'intérêt du public, il faut lui présenter une offre attrayante de longs métrages en langue originale française produits au Québec.

En plus de rejoindre leur public sur la scène nationale, les œuvres cinématographiques québécoises permettent aussi de faire valoir la créativité et le talent des artistes, des réalisateurs, des scénaristes et des artisans d'ici à l'international. Pourtant, la SODEC nous affirme refuser, à chaque appel de projets, de nombreux projets de qualité. Une quinzaine de projets qualifiés d'excellents sont ainsi rejetés annuellement ce qui témoigne de l'insuffisance de ses ressources financières. Selon son dernier rapport annuel, la SODEC a consacré 26 789 000 \$ en 2017-2018 à son programme d'aide à la production, moins que l'année précédente (30 041 000 \$) et à peine plus qu'il y a cinq ans (26 600 150 \$).²⁴

L'AQPM espérait que la nouvelle politique culturelle du Québec²⁵ vienne remédier à la situation en soutenant mieux les entreprises québécoises de production audiovisuelle qui créent des

²³ Institut de la statistique du Québec – Observatoire de la culture et des communications du Québec. *Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante* – Édition 2018. En ligne :

<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/film2018.pdf>

²⁴ SODEC. *Rapport annuel de gestion 2017-2018*. En ligne : <https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/sodec-rapport-annuel-2017-2018-web-avec-hyperliens.pdf>

²⁵ Ministère de la Culture et des Communications. *Partout, la culture – Politique culturelle du Québec*. Juin 2018. En ligne, la politique culturelle et le plan d'action : <https://partoutlaculture.gouv.qc.ca/>



emplois, de la propriété intellectuelle et qui participent à la cohésion sociale, à la fierté identitaire, à la valorisation de la langue française et au rayonnement du Québec. Malheureusement, les attentes ont été quelques peu déçues puisque la SODEC n'a bénéficié que de la partie congrue, soit 11 millions de dollars sur les 60 millions identifiés dans le plan d'action 2018-2023 et destinés à la création et à la production²⁶. Et ces sommes sont réparties entre les divers secteurs soutenus par la SODEC ce qui en laisse bien peu pour aider les entreprises du secteur cinématographique à produire des œuvres de qualité.

Nous demandons au gouvernement du Québec de hausser le budget alloué à la SODEC pour la production cinématographique en lui versant annuellement une somme supplémentaire de cinq millions de dollars pour les programmes de scénarisation et de production de longs métrages québécois.

Développer et soutenir la production régionale de langue française au Québec

L'industrie de la production audiovisuelle indépendante québécoise est présente sur tout le territoire québécois. En 2016-2017, les tournages à l'extérieur de la région de Montréal et de Laval représentaient près de 26 % de la valeur de la production cinématographique et télévisuelle²⁷. Les productions de fiction et d'animation principalement destinées à la télévision occupaient la plus grande part de la valeur de la production régionale dans une proportion de 69 %²⁸. Ce sont les régions administratives de la Montérégie (13 %) de la Capitale Nationale (5 %) et des Laurentides (5 %) qui constituaient les pôles régionaux de production les plus importants. Plusieurs maisons de production choisissent par ailleurs l'Outaouais, le Bas St-Laurent, l'Estrie, l'Abitibi, la Côte Nord ou encore la Mauricie pour ancrer leurs opérations.

La production régionale de langue française au Québec bénéficie de mesures incitatives qui lui sont propres. Pour le secteur de la télévision, les mesures encouragent les télédiffuseurs à faire appel aux producteurs régionaux pour favoriser la diversité des voix et pour assurer une représentativité de l'ensemble du Québec à l'écran. En cinéma comme en télévision, les incitatifs contribuent à l'implantation de l'industrie audiovisuelle en dehors de Montréal.

Parmi les mesures existantes, le gouvernement du Québec accorde 10 % de bonification du crédit d'impôt pour les productions cinématographiques et télévisuelles aux maisons de production établies en régions. Le Fonds des médias du Canada (FMC), pour sa part, réserve une mesure incitative à la production régionale de langue française au Québec correspondant à 15 % des dépenses admissibles d'une production jusqu'à un maximum de 750 000 \$ pour les dramatiques et l'animation et de 250 000 \$ pour les autres genres qu'il soutient. En 2018-2019, le montant total de cette enveloppe était de 2 250 000 \$. Finalement, la Ville de Québec administre un fonds de soutien à la production cinématographique et télévisuelle pour les producteurs établis sur le

²⁶ La majeure partie des sommes ira à des organismes culturels et aux artistes

²⁷ Institut de la statistique du Québec – Observatoire de la culture et des communications du Québec. *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf>, p.21

²⁸ *idem*



territoire de la Capitale-Nationale. En 2018, le fonds a bénéficié d'apports ponctuels de 250 000 \$ du ministère de la Culture et des Communications et de 150 000 \$ du Secrétariat à la Capitale-Nationale portant les sommes disponibles de 250 000 \$ à 650 000 \$ pour l'année en cours.

Au fil du temps, les mesures ont porté fruit. De 1999 à 2018, le nombre de productions ayant eu recours à la bonification régionale du crédit d'impôts pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise est graduellement passé de 10 à près de 70, selon des données fournies par la SODEC. En 2018-2019, les demandes déposées au FMC par les producteurs établis en régions pour accéder à la mesure incitative a excédé de près du double les ressources disponibles dans l'enveloppe, et cela dès la première journée d'ouverture du programme. Conséquemment, chaque production n'a obtenu que 68 % des sommes prévues à sa structure financière. Des projets ont dû être annulés faute de fonds, d'autres ont été repoussés et certains n'ont tout simplement jamais pu être déposés. Cette situation crée bien des inquiétudes chez les producteurs régionaux qui voient leur survie ou leurs projets d'expansion ainsi menacés.

Ces deux exemples démontrent pourtant la vitalité et le potentiel de la production régionale québécoise lorsque celle-ci est soutenue par des mesures structurantes. L'industrie régionale nécessite davantage de soutien pour consolider ses acquis, pour assurer un volume de production continu et pour faire face aux défis liés à la disponibilité de la main d'œuvre qualifiée à l'extérieur des grands centres. La production audiovisuelle offre des emplois bien rémunérés et elle génère des retombées directes et indirectes importantes pour les économies locales.

La Coalition Avenir Québec a d'ailleurs, à plusieurs reprises, mentionné son intention d'investir dans les régions afin d'y développer l'entrepreneuriat et l'économie locale. Dans cette optique, l'AQPM propose une série de mesures que le gouvernement provincial devrait mettre en place pour favoriser la pérennité et le développement de l'industrie de la production audiovisuelle en région :

- **Créer une mesure incitative pour la production audiovisuelle en région ;**
- **Renforcer le rôle culturel de Québec, capitale nationale ;**
- **Établir des partenariats avec les régions pour l'établissement de fonds régionaux de soutien à la production cinématographique et télévisuelle ;**
- **Intégrer une bonification pour les tournages de longs métrages (fiction et documentaires) québécois effectués en région par une entreprise de production québécoise indépendante.**

Créer une mesure incitative pour la production audiovisuelle en région

Comme il a été mentionné précédemment, la limite des fonds disponibles pour la mesure incitative à la production régionale de langue française au Québec administrée par le FMC n'a pas permis de satisfaire les besoins de producteurs établis en région. Le manque de fonds met d'ailleurs à mal l'objectif même de la mesure qui est de favoriser l'établissement de maisons de productions régionales se situant dans un périmètre de 150 kilomètres de Montréal. Les projets n'étant que partiellement financés, les diffuseurs doivent en éliminer plusieurs. Ils exigent que les



producteurs les concrétisent en rognant dans le budget ou dans leurs honoraires mettant ainsi en péril la survie des entreprises et le développement de nouveaux projets.

L'AQPM propose ainsi la création d'une enveloppe de trois millions de dollars similaire à celle du Fonds des médias du Canada destinées aux sociétés établies dans des régions éloignées à plus de 150 km de Montréal. Pour simplifier l'administration d'une telle mesure, l'AQPM suggère qu'elle fonctionne en partie sous forme d'appariement avec les sommes octroyées par le FMC dans le cadre de sa mesure incitative à la production régionale de langue française au Québec.

Renforcer le rôle culturel de Québec, capitale nationale

La région de la Capitale-Nationale regroupe un nombre croissant de maisons de productions dont les succès sont notables dans différents genres, dont la fiction (*LOL*, Comédie Ha ! ou encore *La dérape*, Parallaxes), le documentaire (*De par chez-nous*, *Les flots*, *Saturne 5*, *Anxiété le poison d'une société* et *Enfants cyberdépendants*, Groupe Vélocité), l'animation (*Nelly et Simon : Mission Yéti*, *Le Coq de St-Victor*, Productions 10^e Ave) et le long-métrage (*Le Pacte des anges*, Productions Années Lumières et *La Chute de Sparte*, Parallaxes). Selon une recension effectuée par l'AQPM, parmi la trentaine d'entreprises²⁹ qui ont reçu de l'aide financière du FMC dans le cadre de la mesure incitative à la production régionale depuis 2015-2016, la moitié était établie dans la région de la Capitale-Nationale.

De 2014-2015 à 2016-2017, la part de la production audiovisuelle québécoise produite dans la Capitale-Nationale est passée de 5,9 % à 4,9 %. Ce recul est en partie attribuable à la diminution des devis moyens en cinéma qui est passé de 2,5 millions \$ entre 2011 et 2014 à 1,5 million \$ pour les trois années suivantes.³⁰ La production télévisuelle a pour sa part été plus stable au cours de la même période. Les productions des genres fictions et animation ont connu la plus grande augmentation, soit 16 %. Ces deux genres s'avèrent particulièrement structurants pour la production régionale par la hauteur de leurs budgets et par la longévité des contrats d'embauche qu'ils procurent. Ceux-ci peuvent s'échelonner sur deux ans pour l'animation et sur plusieurs saisons pour les séries de fiction en prises de vue réelles.

La Ville de Québec reconnaît l'importance de la production audiovisuelle sur son territoire en administrant, depuis 2010, une mesure d'aide au démarrage à la production télévisuelle et cinématographique et un programme de soutien à la production cinématographique et télévisuelle pour des entreprises établies sur son territoire. De sa création jusqu'en 2017, le programme d'aide a appuyé des projets dont la valeur des devis de production correspond à 130 millions \$³¹.

²⁹ Toutes ne sont cependant pas membres de l'AQPM

³⁰ Institut de la statistique du Québec – Observatoire de la culture et des communications du Québec. . *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf>, p.32-33

³¹ *Idem*, p.43



En 2018, le programme de soutien à la production a bénéficié d'apports ponctuels de 250 000 \$ du ministère de la Culture et des Communications et de 150 000 \$ du Secrétariat à la Capitale-Nationale portant les sommes disponibles annuellement de 250 000 \$ à 650 000 \$. L'évaluation des besoins effectuée par la Table de concertation de l'industrie du cinéma et de la télévision de la Capitale-Nationale s'élève plutôt à 1,6 millions annuellement.

L'AQPM demande au gouvernement du Québec de doubler les montants versés par le ministère de la Culture et des Communications et le Secrétariat au Fonds de soutien à la production cinématographique et télévisuelle de la Capitale-Nationale sur une base annuelle et permanente.

Établir des partenariats avec les régions pour l'établissement de fonds régionaux de soutien à la production cinématographique et télévisuelle

L'AQPM demande par ailleurs au gouvernement du Québec d'inciter les autres régions de la province à s'inspirer de l'expérience de la Ville de Québec en se dotant de politiques culturelles et en créant des fonds de production régionaux en support aux producteurs audiovisuels établis dans leurs communautés. Le gouvernement peut établir des partenariats avec les régions par l'entremise des ententes de développement culturel du Ministère de la Culture et des Communications ou par toute autre instance qu'il jugera appropriée et il devra s'engager à soutenir financièrement ces fonds.

Intégrer une bonification pour les tournages de longs métrages de fiction et de documentaire québécois effectués en région

À chaque année, les régions du Québec accueillent des tournages de longs métrages sur leur territoire pour des durées variables pouvant parfois aller jusqu'à 25 ou 30 jours. Récemment, le Saguenay-Lac-St-Jean s'est inscrit en toile de fond du film mainte fois primé *La disparition des lucioles* de Sébastien Pilote. Il s'agissait d'un troisième film tourné dans la région par le réalisateur d'origine saguenéenne.³² Le comté de Ham-Nord dans le Centre du Québec a lui aussi bénéficié d'une visibilité inattendue en se faisant l'hôte d'une horde de zombies à l'été 2016 dans *Les Affamés* de Robin Aubert. Le Québec est présent partout au grand écran, du Grand-Nord (*Iqaluit* de Benoît Pilon en 2016) aux Iles-de-la-Madeleine (*Les Loups* de Sophie Deraspe en 2014) en passant par Baie-Comeau (*Pour vivre ici* de Bernard Émond en 2017), Drummondville (*Pieds nus dans l'aube* de Francis Leclerc en 2017) et Québec (*Il pleuvait des oiseaux* de Louise Archambault qui prendra l'affiche en 2019).

Lors de tournage en région, les frais d'hébergement et de déplacement des comédiens et des équipes de production occasionnent des frais supplémentaires dans des budgets déjà serrés. Les contraintes liées à la disponibilité de la main d'œuvre et des entreprises de services techniques obligent les producteurs à délocaliser une partie de leurs ressources. Il s'agit de sommes

³² Les deux autres films de Sébastien Pilote étaient *Le vendeur* (2011) et *Le démantèlement* (2013)



consacrées à des postes autres que créatifs et qui ne sont pas reflétés à l'écran. La présence d'une équipe de tournage en région génère toutefois des retombées directes et indirectes importantes sur l'économie locale. Elle offre également un rayonnement pour la région à l'extérieur du territoire lorsque les films bénéficient de ventes et de distinctions à l'étranger. Les tournages mobilisent aussi les communautés, comme ce fut le cas pour le film *Kuessipan*, produit par Max Films Média, en requérant près de 300 figurants innus pour le tournage d'une séquence à Sept-Îles, en novembre 2017³³. Les participants ont ressentis une grande fierté de pouvoir ainsi présenter une image positive de leur réalité au reste du Québec. S'il était possible de stimuler la récurrence des activités de tournage en région par des producteurs québécois, une main d'œuvre pourrait s'y développer, elles feraient profiter les économies locales et encourageraient d'autres cinéastes à mettre en lumière les régions du Québec.

Ainsi, l'AQPM demande au gouvernement d'instaurer une bonification de 10 % du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle indépendante québécoise pour les dépenses de main d'œuvre effectuées en région pour la production de longs métrages de fiction et de documentaires, sans égard à l'adresse d'affaires de la maison de production québécoise. La SODEC a évalué que cette bonification représenterait une moyenne annuelle de 1 078 335 \$ pour le gouvernement en se basant sur les longs métrages tournés en partie ou en totalité en région entre 2015-2016 et 2017-2018.

L'AQPM souhaite ainsi privilégier les productions qui contribuent à l'enrichissement collectif en maintenant la propriété intellectuelle au Québec et en reflétant les personnages, les territoires et l'imaginaire québécois.

Il est cependant essentiel de limiter la bonification au secteur de la production cinématographique. La survie des entreprises de production établies dans les régions et qui œuvrent dans le secteur de la télévision serait en effet compromise si cet incitatif fiscal déterminant dans les choix des diffuseurs était également conféré aux producteurs métropolitains. La bonification pour les tournages de longs métrages de fiction et de documentaire québécois effectués en région se veut en effet un complément aux mesures en place et à celles demandées pour structurer et développer une solide industrie de la production québécoise indépendante à l'extérieur de Montréal.

Il faut aussi être prudent avant de conférer le même avantage aux entreprises de production étrangères par le biais du crédit d'impôt pour services de production cinématographique et télévisuelle. Dans le secteur de l'animation, la venue massive de ces entreprises a créé une pénurie de main d'œuvre et une flambée des salaires. Les budgets des productions étrangères qui tournent au Québec sont très élevés comparativement à ceux des productions québécoises. L'octroi d'un crédit d'impôt de services se traduit inévitablement par un déséquilibre entre les montants d'aide octroyés aux entreprises étrangères et ceux dont bénéficient les entreprises

³³ Duchesne, Émilie, *Tournage du film Kuessipan : montrer la force des jeunes innus*, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1072180/tournage-kuessipan-film-innu>, 9 décembre 2017



québécoises. L'objectif des mesures régionales proposées par l'AQPM est de soutenir des entrepreneurs locaux et de favoriser le développement d'une main d'œuvre qui souhaite s'implanter dans les collectivités.

Reconnaître les particularités du secteur de l'animation

Le secteur de l'animation bouillonne d'activités. Si plusieurs sociétés étrangères sont venues s'établir au Québec attirées par de généreuses mesures d'aides, il ne faudrait pas négliger pour autant les entreprises québécoises qui permettent de créer de la propriété intellectuelle dont nous pouvons nous enorgueillir. Ces œuvres originales créées ici se déclinent en effet facilement en de nombreux produits dérivés : livres, jeux, matériels scolaires, cd, vidéos, vêtements, etc. Les productions d'animation sont un produit unique et elles se démarquent non seulement par leurs déclinaisons, mais également par leur mode de production et par leur potentiel d'exportation.

Alors qu'un long métrage en prise de vue réelle demande environ 30 jours de tournage. En animation, les techniciens travaillent plutôt 350 jours pour reproduire l'équivalent de cette étape. Le calendrier de production d'un film ou d'une série télé en animation est donc conséquemment plus long. Du développement d'un projet jusqu'à la postproduction, il peut s'écouler cinq ans dont environ deux ans de travail à temps plein. Le budget sera donc beaucoup plus onéreux, tout comme ses retombées économiques seront plus importantes. Les productions d'animation possèdent en effet un grand attrait pour les marchés internationaux. Il s'agit d'un genre peu sensible aux barrières linguistiques. Ces productions s'adressent souvent à un jeune public qui se renouvelle constamment et qui ne se lasse pas de voir ses films ou ses émissions d'animation préférées. Elles possèdent une durée de vie plus longue sur le marché que les productions d'action réelle.

Au Québec, il y a une quinzaine de compagnies québécoises établies, productrices et détentrices de propriété intellectuelle créées par des Québécois, en cinéma et en télévision d'animation. Et leurs succès ne se démentent pas. En 2013, Productions 10^e Ave, une compagnie située à Saint-Augustin-de-Desmaures dans le comté de Louis-Hébert, lançait, après 12 ans d'efforts, le premier film d'animation numérique 3D détenu à 100% par des sociétés québécoises, *La Légende de Sarila*, produit avec un budget de 8,5 millions de dollars. Cédés à une quinzaine de distributeurs, les droits d'exploitation de *La Légende de Sarila* ont été acquis pour l'exploitation dans 40 pays. Le film a été adapté en livre illustré, en roman et en jeu vidéo. Productions 10^e Ave a depuis, produit de nombreux films d'animation, dont *Nelly et Simon : Mission Yéti* lancé en 2018 et déjà vendu dans 65 pays. Fait à noter, sur les dix-huit projets d'animation soutenus par le FMC au cours des trois dernières années, quatre avaient été produits dans la région de Québec représentant ainsi 6,5 % de l'ensemble des projets d'animation à l'échelle canadienne³⁴.

³⁴ Institut de la statistique du Québec – Observatoire de la culture et des communications du Québec. . *Profil de l'industrie audiovisuelle au Québec en 2017*. En ligne : <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/profil-audiovisuel-2017.pdf>, p.43



La version 3D de *La Guerre des tuques*, la reprise cinématographique du film culte québécois a connu le plus grand succès d'auditoire dans les salles de cinéma en 2015. Produit par CarpeDiem Film & TV, le film d'animation a été exporté dans 120 pays et comptabilise plus de 149 millions de vues sur la plateforme chinoise Youku. Le film a donné naissance à une série télé, *Les mini-tuques*, disponible sur la chaîne Disney alors que la nouvelle production *La Course des Tuques* lancé en novembre 2018 a déjà atteint deux millions de dollars en droits d'entrée dans les salles de cinéma.

Si le Québec ne veut pas seulement se définir comme un secteur de sous-traitance pour les entreprises dont le siège social se situe à l'extérieur de son territoire, il doit mieux soutenir les entrepreneurs d'ici qui travaillent dans un secteur où il est difficile de rassembler le financement nécessaire à la mise en œuvre des projets d'animation puisque la participation de partenaires étrangers en constitue un élément essentiel. On remarque d'ailleurs un écart grandissant entre l'aide accordée sous forme de crédit d'impôt de services aux entreprises étrangères comparativement à celle pour les entreprises québécoises qui prend la forme d'un crédit de production.³⁵ En 2017-2018, les crédits d'impôt de production s'élevaient à 5 830 109 \$, alors que les crédits d'impôt de service totalisaient 62 975 817 \$, illustrant bien le déséquilibre qui existe en faveur des maisons étrangères³⁶.

L'AQPM propose donc de créer deux mesures d'aide pour les productions télévisuelles et cinématographiques en animation créées et détenues par des entreprises de production québécoises indépendante :

- un programme destiné au prototypage et aux préventes internationales avec une enveloppe annuelle de deux millions de dollars
- un programme d'avance corporative remboursable avec une enveloppe annuelle de dix millions de dollars

Le développement et la production d'une série télévisée ou d'un long métrage exige des fonds importants. Avant de les engager, il est nécessaire de valider l'intérêt pour la production auprès

³⁵ Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle au Québec – animation

	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018 ^(*)	Total général
PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE QUÉBÉCOISE						
Nombre de dossiers	N/D	8	10	9	17	N/D
Somme du devis part Québec	8 565 764 \$	20 747 446 \$	26 106 739 \$	20 409 694 \$	28 496 934 \$	104 326 577 \$
Estimation du crédit d'impôt	2 163 006 \$	4 032 399 \$	5 473 071 \$	4 458 304 \$	5 830 109 \$	21 956 889 \$
SERVICES DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE OU TÉLÉVISUELLE						
Nombre de dossiers	N/D	18	16	13	17	N/D
Somme du devis part Québec	66 523 067 \$	75 529 437 \$	73 903 534 \$	132 108 344 \$	195 435 543 \$	543 499 925 \$
Estimation du crédit d'impôt	27 225 705 \$	26 147 120 \$	27 556 737 \$	45 075 717 \$	62 975 817 \$	188 981 096 \$
Total Nombre de dossiers	12	26	26	22	34	120
Total Somme du devis part Québec	75 088 831 \$	96 276 883 \$	100 010 273 \$	152 518 038 \$	223 932 477 \$	647 826 502 \$
Total Estimation du crédit d'impôt	29 388 711 \$	30 179 519 \$	33 029 808 \$	49 534 021 \$	68 805 926 \$	210 937 985 \$

N.B. les dossiers amendés ne sont pas inclus dans le nombre de projets (DPF seulement)

Les montants des amendés sont comptabilisés dans les montants totaux

(N/D) : Dans le cas où le nombre de dossiers est inférieur ou égal à 6 nous ne pouvons divulguer l'information.

(*) Données non vérifiées

³⁶ Voir également l'Annexe A pour constater l'évolution des crédits d'impôt pour l'ensemble du secteur de la production cinématographique et télévisuelle québécoise par rapport à l'industrie étrangère accédant aux crédits d'impôt de services.



des marchés internationaux. Au volet expérimental du Fonds des Médias du Canada (FMC), il existe un programme de prototype en jeu vidéo dont l'aide peut atteindre 250 000 \$. D'ailleurs, la production d'un prototype de deux minutes en animation exigé dans les marchés internationaux pour présenter et faire valoir ce que pourrait donner le produit fini s'avère très coûteuse pour les producteurs en recherche de partenaires financiers. Selon les producteurs spécialisés dans le domaine, il en coûte entre 200 000 \$ et 300 000 \$ pour le fabriquer. Une enveloppe de deux millions de dollars permettrait le développement de 8 à 10 projets.

Le second volet de notre proposition vise à combler l'absence de soutien adapté à leurs besoins pour développer un portefeuille de projets qui assureraient la pérennité de l'entreprise et le maintien des équipes en permettant un roulement approprié du rythme de production. L'aide aux entreprises de production pourrait varier entre 200 000\$ et 1 400 000 \$ et les sommes seraient remboursées au fil des ventes tel certains programmes existants chez Téléfilm Canada et à la SODEC. L'aide financière serait conditionnelle à la preuve d'un intérêt de marché représentant un minimum de 5 % du devis de production, constitué en tout ou en partie par des licences de diffuseurs ou de distributeurs situés à l'extérieur du Québec, des minimum garantis internationaux, des investissements privés étrangers.

Ces deux mesures visent à offrir une aide qui se démarque de la traditionnelle offre de soutien par projet. En permettant au producteur de sonder l'intérêt du marché pour un ensemble de projets, celui-ci peut mieux planifier son calendrier et avoir un rythme de production continu. Cette aide facilite la rétention de la main d'œuvre, notamment celle établie en région, souvent sollicitée par des entreprises étrangères qui peuvent offrir du travail sur une base régulière. Il s'agit d'une façon novatrice de soutenir ce type d'entreprises détentrices de leur propriété intellectuelle sur une variété de produits audiovisuels et dérivés.

Améliorer la portée et les effets du Crédit d'impôt remboursable pour production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ)

Le programme de Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) a permis de développer et de consolider une industrie qui crée un contenu québécois de grande qualité tout en favorisant la diversité des lieux de création. Sans cet incitatif fiscal, le contenu audiovisuel national ne pourrait subsister ni rayonner à travers le monde.

Pourtant, le 4 juin 2014, le gouvernement provincial procédait à des coupes paramétriques de 20 % applicable sur les mesures fiscales du Québec. Le Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) n'y a pas échappé et a vu son taux de base passer de 45 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles à 36 %. Après de nombreuses représentations, le taux a été porté à 40 % lors du budget du 26 mars 2015. Mais un fait demeure, les budgets de production sont insuffisants et puisque le montant du crédit d'impôt est investi dans leur structure financière, une amélioration des conditions d'application du crédit d'impôt amènerait corollairement une augmentation des sommes disponibles pour la production.



L'AQPM désire proposer les mesures suivantes afin d'améliorer la portée du CIRQ et d'en maximiser les effets :

- **Ajouter l'aide financière obtenue des Fonds de production indépendants certifiés à la liste des montants d'aide prescrits;**
- **Devancer le paiement du CIRQ;**
- **Réviser certaines catégories de production admissibles au CIRQ pour les adapter au marché et aux nouvelles habitudes de consommation des contenus**

Ajouter l'aide financière obtenue des Fonds de production indépendants certifiés à la liste des montants d'aide prescrits

Les fonds de production indépendants certifiés (FPIC) représentent une part importante du financement de la production audiovisuelle québécoise. Tous comme le Fonds des médias du Canada, ces fonds privés dont la politique de fonctionnement est régie par le CRTC, sont constitués de sommes issues des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Depuis 1997, les EDR doivent contribuer 5 % de leurs revenus annuels à la production d'émissions canadiennes³⁷. Le CRTC demande que 80 % de ces contributions soit versées au Fonds des médias du Canada et il permet que le 20 % restant soit remis à des organismes indépendants voués eux aussi au financement de la production audiovisuelle canadienne. Aujourd'hui, le Fonds Rogers, le Fonds Bell, le Fonds Shaw-Rocket, le Fonds Telus, le Fonds Québecor, le Fonds Harold Greenberg, le Fonds Remstar et le Fonds de production indépendant, se positionnent dans l'écosystème comme des sources de financement complémentaires pour des genres ou d'étapes de création pour lesquels les ressources manquent³⁸.

Il appartient aux FPIC de déterminer la nature de leur participation financière. Certains d'entre eux comme le Fonds Bell, le Fonds Rogers, le Fonds Telus et certains programmes du Fonds Québecor octroient des subventions. Or, toute forme d'aide gouvernementale ou non gouvernementale, excluant les montants prescrits, inscrite à la structure de financement d'une production réduit le montant des dépenses admissibles pris en compte dans le calcul du crédit d'impôt remboursable pour productions cinématographiques ou télévisuelles auquel elle a droit. Parmi la liste des montants d'aides prescrit, on retrouve entre autres, le montant d'une aide financière accordée par le Fonds des médias du Canada qui reçoit lui aussi des fonds des EDR.

À titre d'exemple, le Fonds Bell qui a souligné son 20^e anniversaire d'existence en 2018, a consacré 4 948 760 \$ en subvention à la production audiovisuelle québécoise en 2018. Ces sommes ont été octroyées par l'entremise de programmes pilotes visant notamment les séries numériques de format court (scénarisées ou non) et la production télévisuelle traditionnelle.

³⁷Contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion aux émissions canadiennes : <https://crtc.gc.ca/fra/archive/1997/PB97-98.htm>

³⁸ Liste exhaustive des Fonds de production indépendants certifiés reconnus par le CRTC : <https://crtc.gc.ca/fra/general/cipfund.htm>



Selon des chiffres fournis par la SODEC, il a été estimé que si les subventions remises par les FPIC avaient été prescrites entre le 1^{er} avril 2016 et le 31 mars 2018, c'est près de 575 000 \$ de crédits d'impôt supplémentaires qui aurait pu se retrouver dans les budgets des productions québécoises.

Un tel montant représente un apport considérable dans les diverses structures de financement. Sur une série dramatique, il permettrait de prolonger les contrats d'embauche d'une cinquantaine de personnes et de composer avec des horaires de travail moins contraignants sur les plateaux de tournage. Sur les séries web nouvellement admissibles au crédit d'impôt, la prescription des montants d'aide reçus par un FPIC comme le Fonds Bell pourrait faire la différence entre un bilan budgétaire déficitaire ou positif. Les attentes envers la qualité et la performance de ce type de productions sont de plus en plus élevées, mais les budgets disponibles pour les atteindre demeurent restreints³⁹. Bien que leur mode de diffusion soit différent, les séries web sont tournées dans des conditions similaires aux séries télévisuelles. Elles font souvent appel aux mêmes équipes de tournage et on y retrouve des comédiens d'envergure.

C'est pourquoi, l'AQPM demande au gouvernement d'ajouter à la liste des montants prescrits comme étant non réducteur du crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise (CIRQ) contenue à l'article 1029.6.0.0.1 c) de la *Loi sur les impôts* :

***xiii* les contributions reçues des Fonds de production indépendants certifiés reconnus par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada.**

Devancer le paiement du CIRQ

L'AQPM en fait un de ses chevaux de bataille depuis des années. Les producteurs ont de moins en moins de marge de manœuvre pour mieux capitaliser leur entreprise afin de prendre des risques, d'investir dans des contenus novateurs pour tous les écrans et plateformes et d'accroître leur marché. Si la mise sur pied des crédits d'impôt avait pour objectif premier de permettre le développement et la capitalisation des entreprises de production indépendante, les sommes revenant au producteur par le biais des crédits d'impôt sont désormais investies dans la structure financière des productions.

Le producteur engage des dépenses dès la conception du projet que ce soit pour défrayer des frais de recherche, de consultants, de frais d'option pour l'acquisition de droits, d'écriture de premières ébauches de scénarios et d'une bible, de matériel pour l'obtention de financement de la part de coproducteurs, d'investisseurs ou par le biais de préventes, de frais de déplacements, juridiques et comptables, etc. Une fois l'émission télévisuelle ou l'œuvre cinématographique développée, puis acceptée par un diffuseur ou un distributeur, il peut s'écouler entre 9 et 30 mois jusqu'à sa diffusion. Un film d'animation prendra plus de temps à produire qu'un film en action réelle. Une fois la production terminée, il peut s'écouler encore plusieurs mois avant de recevoir du Bureau

³⁹ Dans son bilan annuel 2017-2018, le Fonds des médias du Canada estime à 428 000\$ le budget moyen total des séries canadiennes qu'il a financées par l'entremise de son programme pilote de web séries. <https://ar-ra17-18.cmf-fmc.ca/fr/funding/experimental/>



de certification des produits audiovisuels canadiens les documents requis pour produire la déclaration fiscale et ensuite obtenir les sommes attribuables au crédit d'impôt.

Pendant cette période de temps, le producteur doit recourir à du financement intérimaire auprès des institutions financières pour couvrir les dépenses liées à la production. Ces institutions financent généralement entre 85 % et 95 % du crédit d'impôt estimé. Les taux d'intérêt chargés au producteur varient selon sa côte de crédit. Ils sont basés sur le taux préférentiel auquel s'ajoute une prime qui se situe entre 1 et 2 % pour un taux variant de 4,5 – 5 %. Les sommes ainsi payées aux banques diminuent d'autant les ressources disponibles pour assurer la viabilité des entreprises et le développement de nouveaux projets. Un versement à l'avance d'une partie des crédits d'impôt permettrait au producteur d'économiser des sommes importantes consacrées au versement d'intérêts pour assurer le financement intérimaire des productions. Une consultation auprès de quelques producteurs confirme que les sommes en jeu représentent plusieurs dizaines de milliers de dollars pour chaque long métrage ou production de télé. Les intérêts pour la production d'une saison d'une série dramatique (60 minutes par épisode), d'une série d'animation (30 minutes par épisode) ou pour celle d'un long métrage avec un budget moyen s'élèvent à environ 100 000 \$, alors que ceux associés à une série documentaire (60 minutes) ou à un magazine (23 épisodes) avoisineront 35 000 \$.

Il existe en Irlande des mesures contenues à la section 481 du *Taxes Consolidation Act 1997* qui permettent au producteur qui répond aux conditions énumérées de percevoir le crédit estimé dès le début du tournage.

L'AQPM demande que le ministère examine la faisabilité d'adopter une mesure similaire à celle qui existe en Irlande et qui permettrait à un producteur dont le dossier satisfait aux conditions de Revenu Québec de toucher 75 % du crédit d'impôt estimé dès le début du tournage. Une mise en place graduelle d'une telle mesure pourrait être envisagée. L'AQPM offre sa collaboration pour discuter des critères qui pourraient encadrer une telle pratique.

Réviser certaines catégories de production admissibles au CIRQ pour les adapter au marché et aux nouvelles habitudes de consommation des contenus

Depuis la mise en place du CIRQ et la détermination des genres admissibles au programme, les genres produits ont beaucoup évolué pour répondre aux goûts du public et aux exigences des formats requis par les diffuseurs. L'ouverture du programme aux productions destinées aux plateformes en ligne illustre bien ce phénomène alors que celles-ci sont généralement de formats courts et qu'elles permettent d'explorer une panoplie de contenus hybrides. Conséquemment, les productions web ont influencé en retour les contenus produits pour la télévision en favorisant l'émergence de concepts innovants.

En octobre dernier, des représentants de la SODEC ont invité des producteurs membres de l'AQPM à réfléchir aux adaptations possibles des définitions des genres admissibles au CIRQ afin de les arrimer à la réalité du marché. Les définitions des magazines, des documentaires et des talk-show ont été ciblées.

Il a d'abord été proposé d'élargir la définition d'un talk-show pour y permettre l'intégration de temps de discussion de nature plus personnelle avec les invités venus présenter leurs productions



culturelles. Le public est avide de connaissance sur les artistes québécois et de répondre à cette demande continuera à alimenter l'intérêt que les gens ont envers notre industrie culturelle. Cela permettrait du même coup de rapprocher la définition de celle des émissions de type *Variétés et arts de la scène* soutenues par le Fonds des médias du Canada.

L'AQPM souhaite ainsi que la définition d'un talk-show se trouvant dans la catégorie des émissions de variétés devienne :

Émissions télévisuelles de type variétés, incluant des jeux, des questionnaires ou des concours, qui répondent à l'une des exigences suivantes :

- a) elles sont composées, pour au moins les deux tiers de leur contenu, de prestations d'artistes de la scène, autres que des entrevues, ou de captations de parties d'improvisation;
- b) elles sont de type talk-show et les discussions portent **principalement, en totalité ou presque,** sur des activités ou des œuvres artistiques, littéraires, dramatiques ou musicales;
- c) elles sont composées, en totalité ou presque, d'une part de prestations d'artistes de la scène, autres que des entrevues, ou de captations de parties d'improvisation, et, d'autre part, de discussions portant sur des activités ou des œuvres artistiques, littéraires, dramatiques ou musicales, **lesquelles peuvent comporter des éléments biographiques.**

Le magazine a lui aussi beaucoup évolué au fil du temps. La notion reliée à la durée totale des émissions et des segments qui la composent est quelque peu devenue obsolète. L'arrivée des plateformes en ligne a fortement contribué à l'implantation des formats courts. **L'AQPM propose donc une révision de la définition du genre magazine en ce sens :**

Émissions télévisuelles de type magazine qui répondent aux exigences suivantes :

- a) s'inscrivant 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.
- ~~e) chacune de ces émissions est constituée de segments indépendants dont la durée est comparable.~~

Finalement, le documentaire bénéficierait tout autant d'un retrait de la notion de durée dans sa définition. Ce genre fonctionne particulièrement bien sur les plateformes en ligne et quelques diffuseurs ont ouvertement signalé leur intention d'alimenter davantage leurs services de diffusion en ligne avec des documentaires. **Pour répondre aux exigences du marché l'AQPM propose le retrait de la notion de durée minimale des productions documentaires admissibles au CIRQ. Présentement, seules les productions destinées aux personnes mineures bénéficient d'une exemption à la règle.**



Conclusion

L'industrie québécoise de la production télévisuelle et cinématographique de langue française est un secteur économique important qui contribue à créer des milliers d'emplois de qualité dans toutes les régions de Québec et cela, malgré une situation financière difficile. En effet, les budgets de production décroissent depuis des années et la concurrence s'intensifie. Pourtant, le Québec a tous les éléments en mains pour en faire un secteur en expansion puisque la demande en contenus de qualité pour tous les écrans n'a jamais été aussi forte et que la main d'œuvre existante peut combler les besoins⁴⁰. Les propositions de l'AQPM permettraient de produire plus et de produire mieux que ce soit pour les écrans traditionnels ou pour les plateformes en ligne. Elles se déploient sur l'ensemble du territoire et tiennent compte des besoins particuliers des régions et du secteur de l'animation.

Le cinéma et la télévision demeurent les médias de masse qui rejoignent le plus facilement un vaste auditoire. Ces deux secteurs culturels sont des véhicules par excellence pour propager des valeurs et une langue communes. Ils ne demandent que l'appui du gouvernement pour s'épanouir et continuer de faire la preuve de leur talent et de leur pertinence.

Si le nouvel environnement accentue les difficultés de financer adéquatement la production audiovisuelle québécoise, les plateformes de visionnement en ligne et les fournisseurs de services en ligne et sans fil ne contribuent toujours pas au financement de la production d'ici. L'AQPM se réjouit cependant que les pressions qu'elle a exercées depuis des années et plus récemment, au sein de la Coalition pour la culture et les médias⁴¹ aient convaincu le gouvernement de soumettre les entreprises étrangères à la perception de la taxe de vente pour le commerce en ligne des services et des biens intangibles.

Dans un article paru récemment, la ministre de la Culture et des Communications, madame Nathalie Roy, s'est montrée favorable à ce que les sommes ainsi perçues soient dédiées au financement de la culture⁴². Les transactions qui seront nouvellement soumises à la taxe découleront majoritairement de services étrangers offrant de la musique et du contenu audiovisuel. Le même article, en s'appuyant sur des données du gouvernement du Québec, estime à 113 millions de dollars les montants perçus à ce titre d'ici 2023.

L'AQPM réitère la position qu'elle a toujours défendue à l'effet que les sommes découlant de la perception de la taxe de vente du Québec sur les services en ligne soient affectées au financement de contenus culturels québécois parmi lesquels figurent, les productions télévisuelles et cinématographiques de langue française. Ces sommes permettraient de faciliter la mise en œuvre des propositions faites par l'AQPM.

⁴⁰ Il existe cependant des besoins de main d'œuvre dans le secteur de l'animation et des besoins en région, si le gouvernement voulait y développer un rythme de production plus soutenu.

⁴¹ <https://coalitionculturemedias.ca>

⁴² <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/543947/netflix-la-tvq-servira-t-elle-la-culture>. 20 décembre 2018



Annexe A

Évolution des décisions préalables émises par la SODEC en fonction du montant pressenti de crédit d'impôt, 2013-2014 à 2017-2018

	2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017		2017-2018	
Programme	N	Montant (\$)								
Production cinématographique et télévisuelle québécoise	475	121 800 192	543	139 164 578	534	131 450 273	550	129 605 015	573	131 912 600
Services de production cinématographique	24	56 767 809	66	117 666 108	83	113 777 303	74	193 262 284	94	208 352 920
Total	499	178 568 001	609	256 830 686	617	245 227 576	624	322 867 299	667	340 265 520

Données compilées par l'AQPM à partir des données tirées du rapport annuel 2017-2018 de la SODEC

<https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/sodec-rapport-annuel-2017-2018-web-avec-hyperliens.pdf> p. 32