



Montréal, le 18 mai 2016

L'Honorable Mélanie Joly
Ministre du Patrimoine canadien
15, rue Eddy, 8e étage
Gatineau, Québec
K1A 0M5

Cc: Madame Johanne Mennie
Directrice
Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens
25, rue Eddy, 8e étage
Gatineau, Québec
K1A 0M5

Objet: Avis public BCPAC 2016-03

Madame la Ministre,

1. Le BCPAC sollicite les commentaires sur une proposition à l'effet d'ouvrir l'accès au programme du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) aux émissions diffusées exclusivement sur les plateformes mobiles et en ligne visant à rejoindre le public canadien.
2. L'Association québécoise de la production médiaTique (AQPM) dont les 150 membres sont des producteurs de cinéma, de télévision et de contenus web souhaite vous faire part de ses commentaires à cet effet.
3. L'AQPM constate l'attrait grandissant des services en ligne auprès du public canadien qui se plaît à visionner du contenu sur différents écrans (téléviseurs intelligents, tablettes, téléphones cellulaires, etc.). Dans un contexte où les frontières sont de moins en moins étanches et où l'accès à du contenu diversifié est décuplé, il est appréciable que le BCPAC propose des mesures permettant aux producteurs de demeurer compétitifs. Cependant, nous tenons à exprimer d'importantes réserves relativement à cette intention d'étendre l'accès au crédit d'impôt aux émissions diffusées exclusivement sur les plateformes mobiles et en ligne.
4. Avec un nombre plus élevé de productions admissibles, les sommes versées à titre de crédit d'impôt risquent d'augmenter. L'AQPM redoute que le gouvernement cherche à pallier cette hausse en diminuant le pourcentage de crédit d'impôt pouvant être réclamé par les producteurs ou en restreignant l'admissibilité au crédit d'impôt de certaines productions diffusées de façon traditionnelle.



5. Bien que les nouvelles plateformes de diffusion gagnent en popularité, il n'en demeure pas moins essentiel de maintenir un financement adéquat des productions destinées aux marchés traditionnels de la télévision, des salles de cinéma ou du DVD. Il ne faut pas oublier que ce sont souvent ces productions qui constituent les succès d'écoute des nouvelles plateformes. Ainsi, l'AQPM veut s'assurer que les règles d'accès au CIPC ne soient pas restreintes pour les productions destinées aux marchés traditionnels afin de dégager des sommes pour les productions destinées exclusivement aux plateformes mobiles et en ligne.
6. L'AQPM craint, par ailleurs, que l'augmentation du nombre de productions à analyser n'engendre davantage de retard dans l'étude des dossiers dont les délais dépassent déjà parfois deux ans. Actuellement, certains producteurs attendent des réponses sur des productions qui sont déjà en cours de diffusion et dont les cycles subséquents sont à l'étape de production ou même déjà diffusés. Les émissions en cause ne sont pas seulement des nouvelles productions. Certaines en sont à plus de dix années de vie et malgré tout, les délais pour obtenir la partie A ou B des certifications s'étirent d'un cycle à l'autre. Cette situation insoutenable crée une pression financière injustifiée pour les producteurs qui doivent assumer les coûts d'un financement intérimaire pour de trop longues périodes. Afin de répondre à la question des délais d'analyse, l'AQPM suggère la mise en place d'une voie rapide pour l'évaluation des émissions qui en sont à leur deuxième année de production et plus. Nous demandons, par la même occasion, que les délais d'attente soient revus dès maintenant, indépendamment du fait que des productions destinées exclusivement aux plateformes mobiles et en ligne obtiennent ou non l'accès au CIPC.
7. L'AQPM tient également à faire part de ses préoccupations quant à l'attitude de certains services de vidéo sur demande en ligne envers le système de radiodiffusion canadien et des règles qui régissent son fonctionnement depuis de nombreuses décennies.
8. L'arrivée au Canada des services de diffusion par contournement a généré son lot de controverses et de prises de positions. Il n'y a qu'à remonter à l'automne 2014 pour en trouver deux exemples particulièrement éloquentes. C'est à cette période que le CRTC tenait les audiences de la consultation *Parlons TV* qui visait à sonder les préoccupations des Canadiens sur l'industrie télévisuelle nationale. Lors de l'audience des dirigeants de Netflix et de Google, ceux-ci ont refusé de transmettre des données sur leurs activités qui auraient permis de justifier leur position quant au maintien de leur exemption au cadre réglementaire du CRTC. Les deux entreprises soutenaient que les productions canadiennes obtenaient déjà du succès sur leurs services et ce, sans réglementation. Face au refus de Netflix et Google d'apporter des preuves tangibles de telles allégations, le CRTC a choisi d'écarter leur intervention du rapport final¹. En novembre 2014, un second incident est survenu lorsque Netflix a décidé de mettre fin, sans préavis, au doublage québécois de la troisième saison de la série à succès *House of Cards* alors que celui-ci était déjà bien entamé par des membres de l'Union des

¹ Teddy Pedwell, «CRTC to Netflix : Since you won't co-operate, we'll ignore you.», The Canadian Press, 29 septembre 2014, récupéré de <http://www.chc.ca/news/business/crtc-to-netflix-since-you-won-t-co-operate-we-ll-ignore-you-1.2781748>



Artistes. Le travail a été redirigé vers un studio de doublage français et c'est cette version qui est présentement offerte aux abonnés de Netflix Canada².

9. Quant aux entreprises de distribution de radiodiffusion canadiennes (EDR) qui offrent des services de vidéo sur demande en ligne, elles sont dans bien des cas aussi des fournisseurs d'accès internet et de téléphonie mobile. Conséquemment, l'AQPM s'inquiète du fait que ces plateformes ne répondent à aucune obligation en matière de contenu et de financement de la production canadienne.
10. Selon un sondage ouvert mené dans le cadre des audiences du CRTC *Parlons Internet à large bande*, 93% des répondants canadiens affirmaient avoir utilisé plus d'une fois par semaine des services internet pour télécharger ou regarder des émissions, des films ou des vidéoclips au cours des douze mois précédents³. En 2010, ce pourcentage se situait à 47%. L'utilisation sans cesse grandissante de la bande passante se traduit par des revenus substantiels pour les fournisseurs d'accès internet et les entreprises de téléphonie mobile. Ne serait-il pas équitable que ceux-ci redonnent au secteur de la production au même titre que les diffuseurs traditionnels?
11. L'AQPM est néanmoins pleinement consciente qu'il n'est pas du ressort du BCPAC de prendre position en matière de réglementation sur la radiodiffusion. Mais, dans le cadre du présent Avis, nous demandons que les plateformes mobiles et en ligne donnant accès au crédit d'impôt à titre de diffuseur admissible soient de propriété canadienne.
12. En somme, si l'AQPM appuie l'initiative du BCPAC d'ouvrir l'accès au CIPC aux productions destinées exclusivement aux plateformes mobiles et en ligne, elle accompagne sa réponse de demandes visant à encadrer cette initiative et de plusieurs réserves. D'une part, il serait risqué que l'accès au crédit d'impôt à un nombre plus élevé de productions ne se traduise par une baisse du pourcentage de crédit d'impôt pouvant être réclamé ou encore par une application plus stricte des principes directeurs actuels visant à exclure des émissions présentement admissibles au CIPC. L'objectif recherché est plutôt d'encourager la production professionnelle et indépendante d'une variété de contenus canadiens de qualité adéquatement financés et disponibles sur tous les écrans.
13. D'autre part, il est impératif que des ressources supplémentaires soient allouées à l'analyse des dossiers en fonction du nombre plus élevé de demandes qui seront déposées. Un examen des procédures actuelles s'impose. Il faut remédier aux délais d'attente en vigueur et mettre fin à l'incertitude financière que vivent les producteurs et aux coûts supplémentaires que cela entraîne.

² Pierre St-Arnaud, «Doublage : l'UDA réclame une intervention du gouvernement», La Presse Canadienne, 28 novembre 2014, récupéré de <http://www.lapresse.ca/arts/201411/28/01-4823398-doublage-luda-reclame-une-intervention-du-gouvernement.php>

³ Les associés de recherche EKOS, «Parlons large bande. Rapport sur les résultats», recherche sur l'opinion publique : no 82282-160225, récupéré de <http://www.crtc.gc.ca/internet2016/rapport.html#a11>



14. En dernier lieu, nous demandons à ce que les plateformes mobiles et en ligne pouvant donner accès au crédit d'impôt soient de propriété canadienne. L'AQPM souligne que cette proposition du BCPAC est l'occasion d'étudier la question dans une perspective plus large en considérant les répercussions sur l'ensemble de l'industrie de la production et de la radiodiffusion. Les consultations sur le *Contenu canadien dans un monde numérique* que vous avez annoncées seront un forum tout indiqué pour entendre les représentants de l'industrie audiovisuelle et l'ensemble des Canadiens sur les enjeux de la production, du financement, de l'accès et de la diffusion des contenus canadiens dans le nouvel environnement technologique.

Cordialement,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Messier', with a horizontal line underneath.

Hélène Messier

Présidente-directrice générale

Association québécoise de la production médiaTique