



Perspective québécoise

Portrait économique

CONGRÈS
2024

**Annie
Provencher**

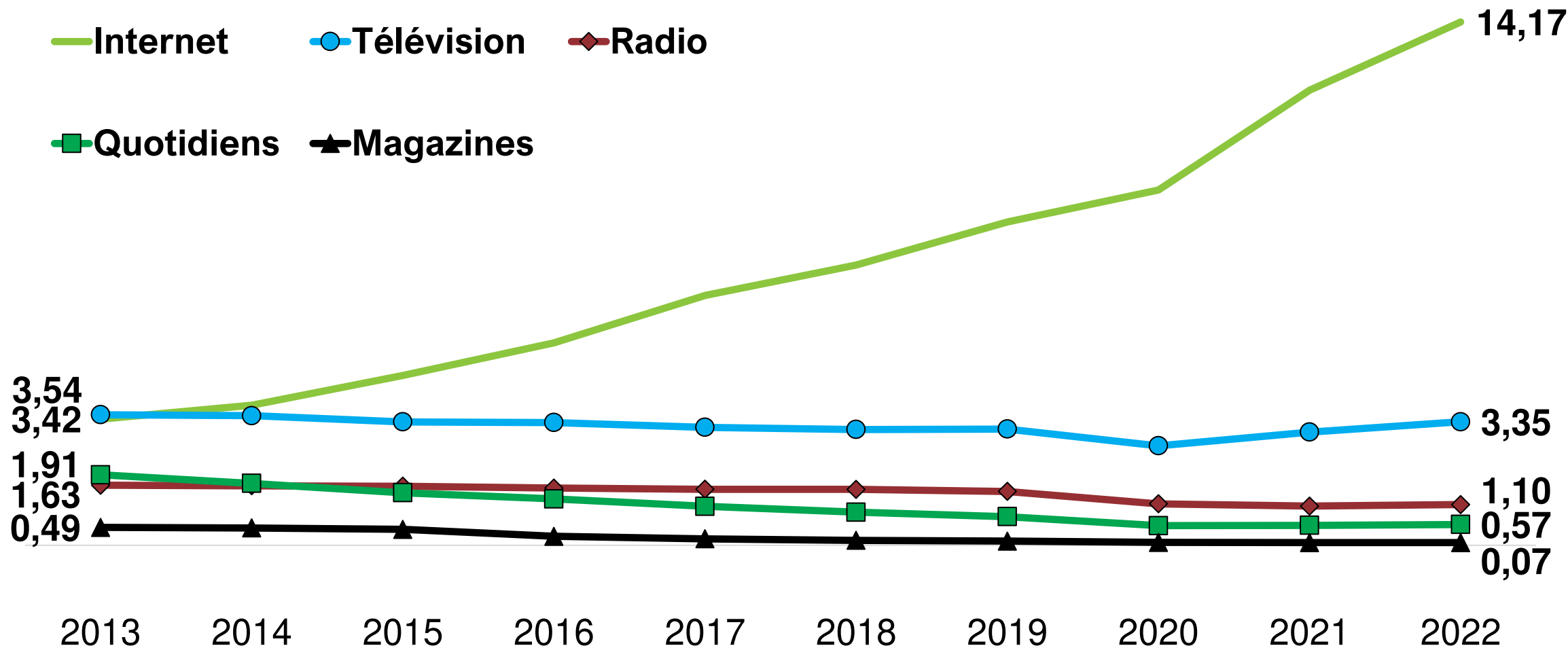
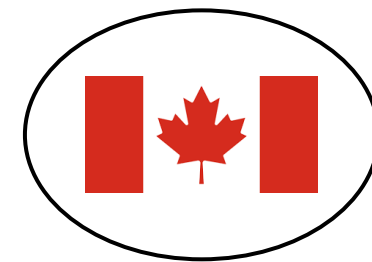
*Responsable
des affaires
réglementaires
et de la veille
stratégique*

AQPM

Deux mécanismes mis en place par le CRTC pour assurer le financement de contenu canadien

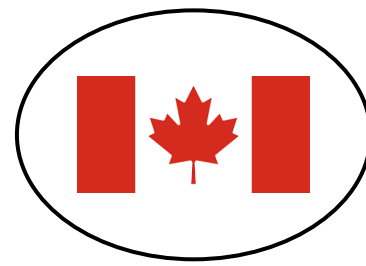
- Obligations de dépenses en contenu canadien imposées aux diffuseurs sur la base de leurs revenus
- Obligations imposées aux entreprises de distribution de radiodiffusion (câblodistribution, satellite, etc.) de verser un pourcentage de leurs revenus à des fonds de production
(Fonds des médias du Canada et Fonds de production indépendants certifiés)

Évolution du partage des recettes publicitaires (G\$)



Source : ThinkTV

Évolution du partage des **recettes publicitaires**



Jamais la population n'a été exposée à autant de publicité que maintenant.

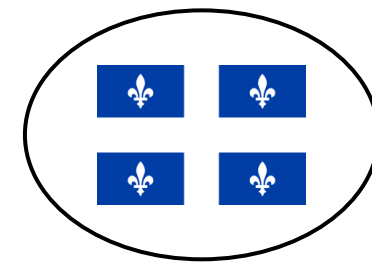
Le marché publicitaire au Canada, qui était de 12 milliards de dollars en 2013, est passé à près de 20 milliards en 2022.

Ce ne sont toutefois pas les diffuseurs traditionnels qui en ont profité.

Nous observons l'augmentation fulgurante des recettes publicitaires **des plateformes numériques** qui accaparent plus de 14 milliards des 20 milliards, soit les **trois quarts** des investissements en publicité au Canada.

Pour les autres médias (soit la télévision, la radio, les quotidiens et les magazines), nous observons plutôt une baisse continue.

Revenus publicitaires (M\$)



Variation
sur 10 ans

-23%

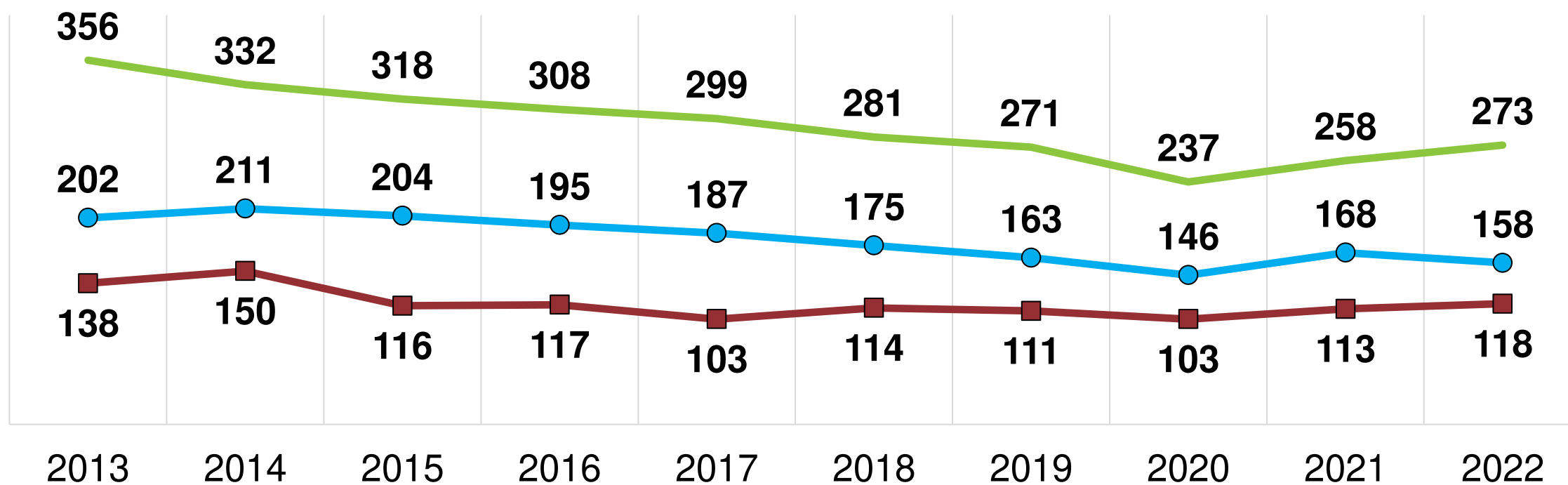
— Télévision généraliste privée

-22%

● Télévision spécialisée de langue française*

-14%

■ Télévision généraliste de langue française de la SRC



*Ces services peuvent compter sur des revenus d'abonnement, qui sont toutefois en déclin.

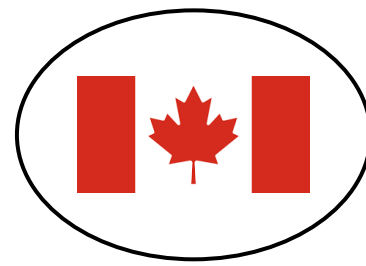
Évolution (2013 à 2022) des revenus publicitaires (%)

Comparaison avec le Canada

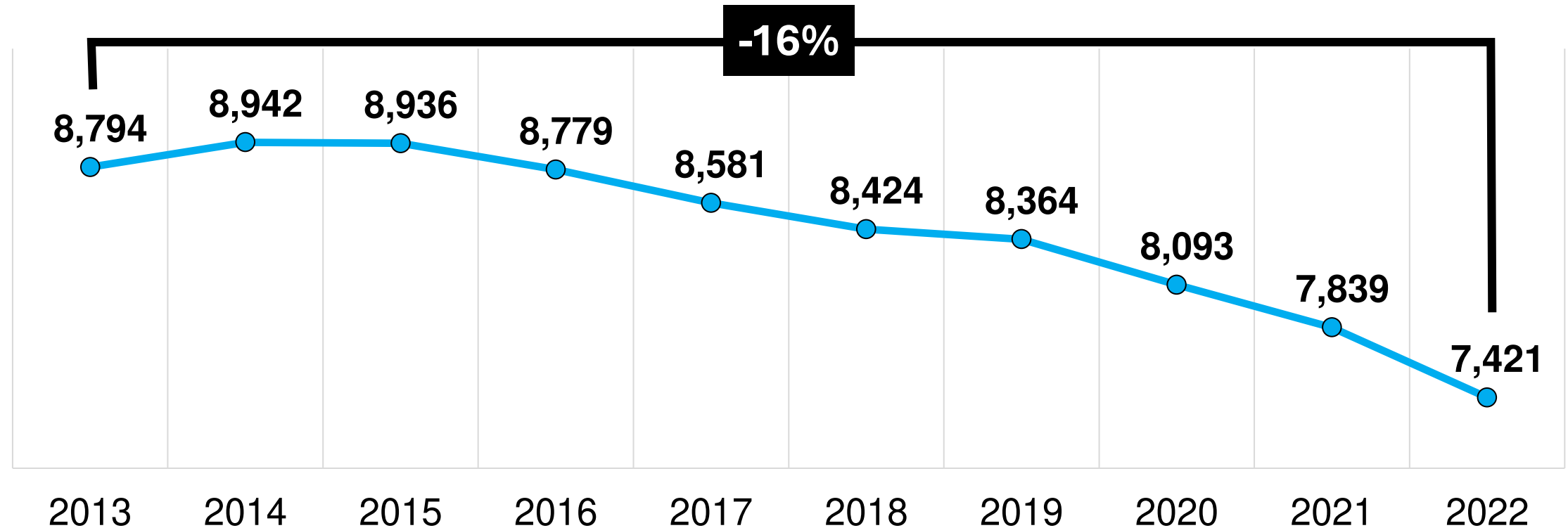


Télévision généraliste privée	Télévision spécialisée	SRC/CBC	Revenus combinés
-21%	4%	-26%	-12%
-23%	-22%	-14%	-21%

Revenus des entreprises (G\$) de distribution de radiodiffusion

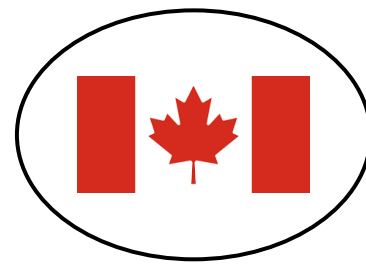


La baisse des revenus d'entreprises de distribution de radiodiffusion est due au changement des habitudes de consommation et au nombre d'abonnements ayant diminué.

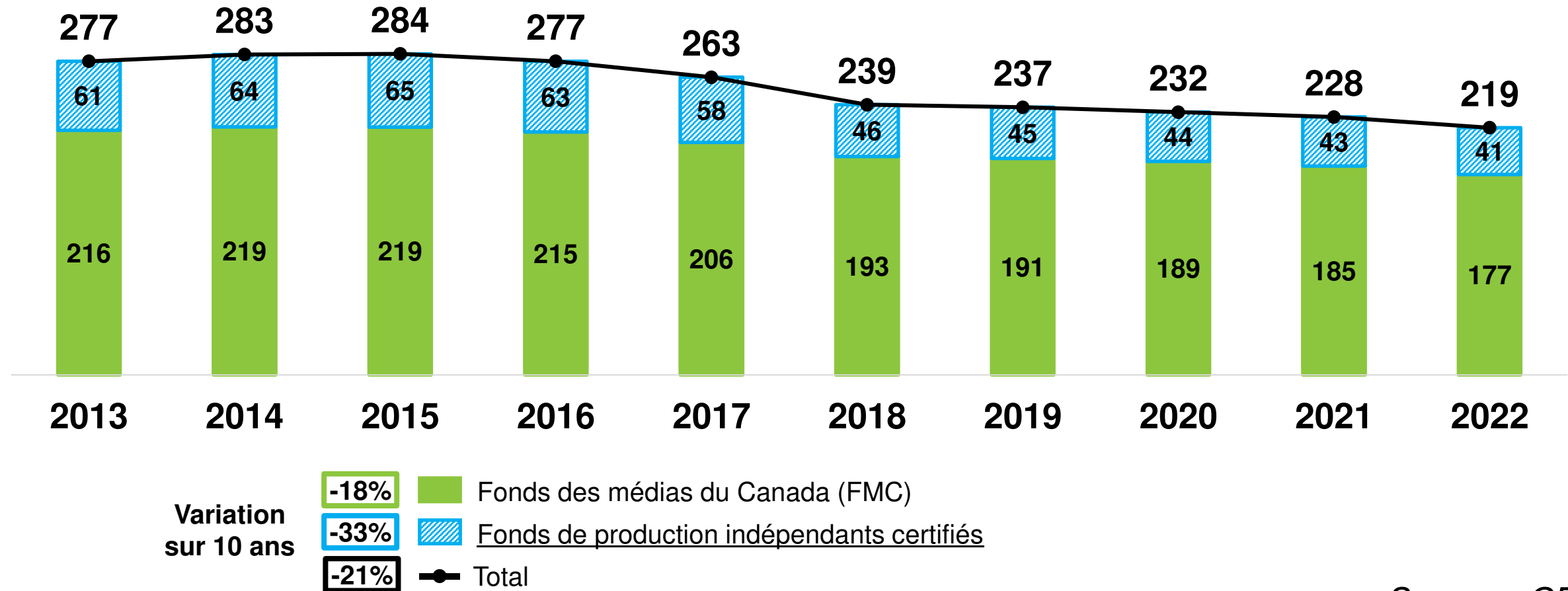


Source : CRTC

Contributions (M\$) au FMC et à des FPIC



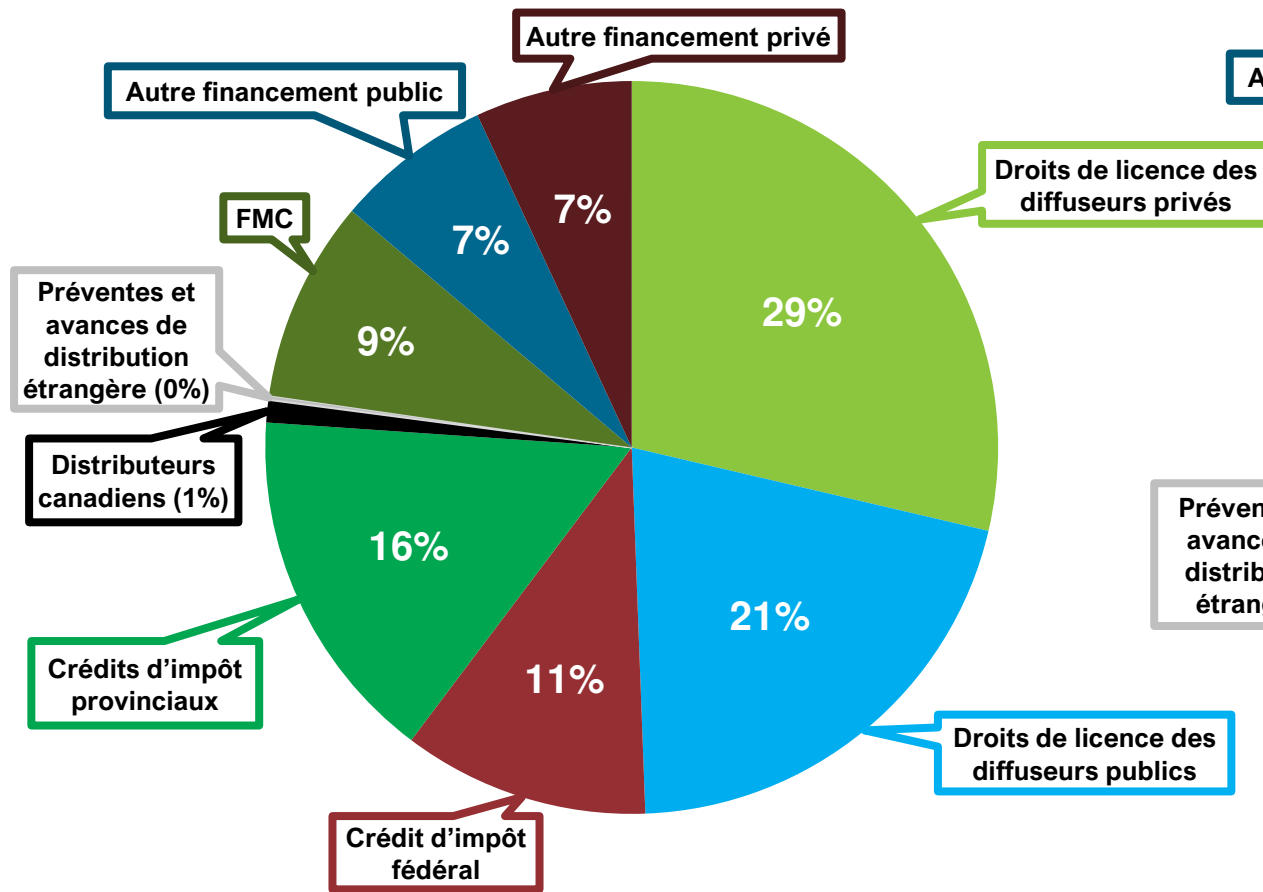
Un certain % des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion doit être versé au FMC et aux FPIC. Cette **baisse de revenus** a donc eu pour effet de **baissier les contributions versées à l'ensemble des fonds**.



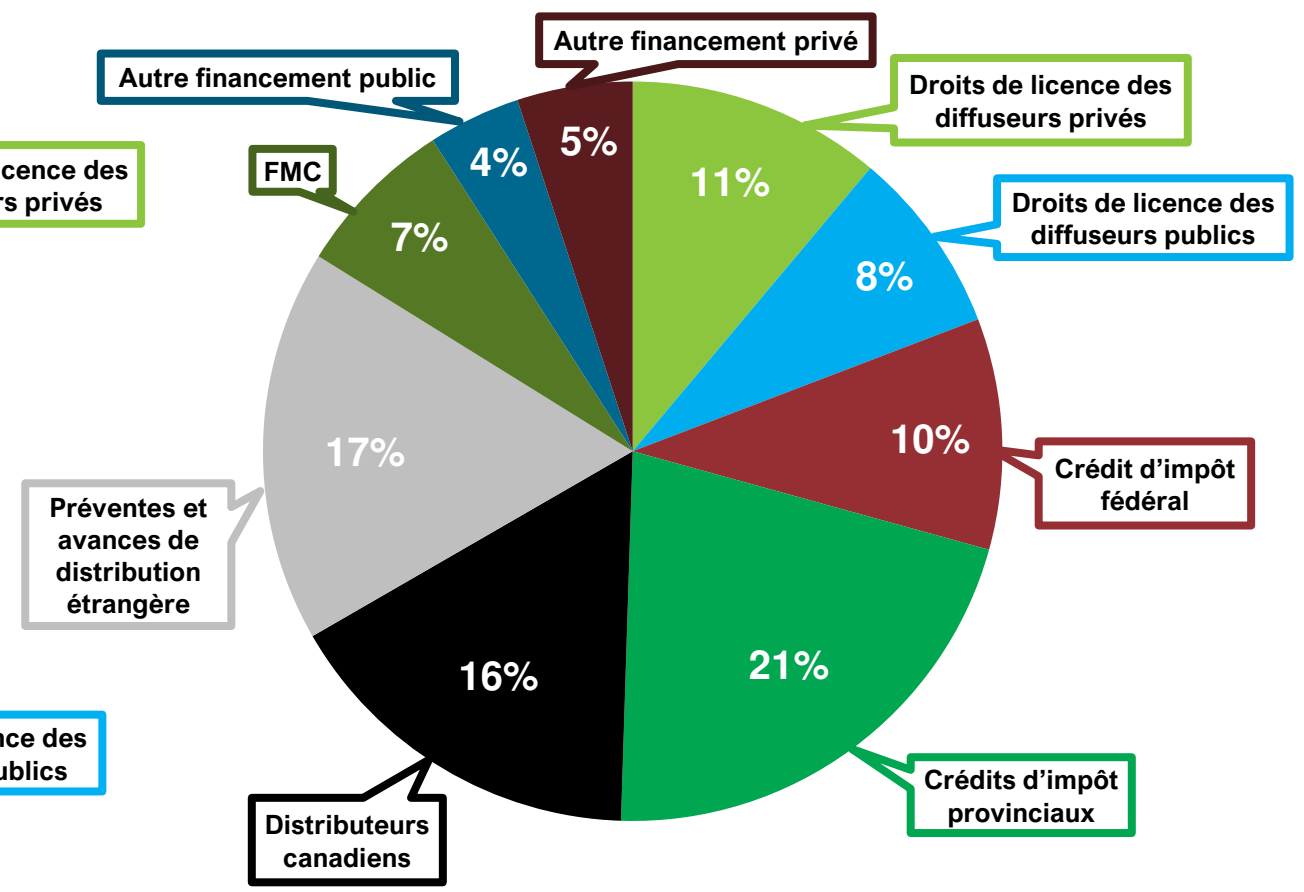
Source : CRTC

Provenance du financement de la production télévisuelle canadienne selon la langue (2022-2023)

Production de langue française



Production de langue anglaise



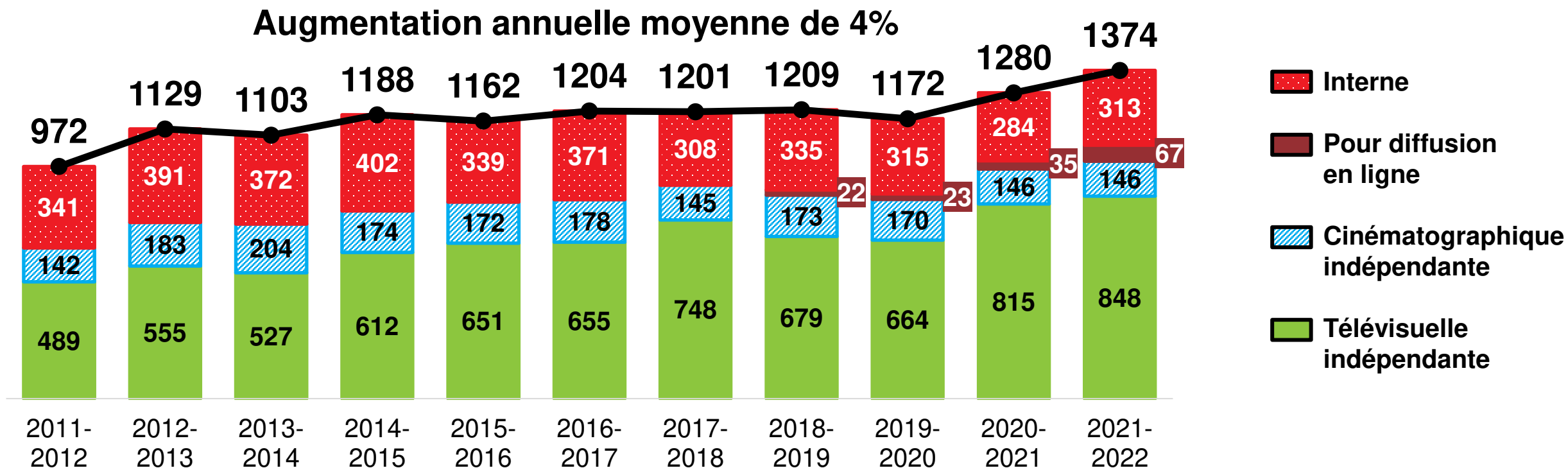
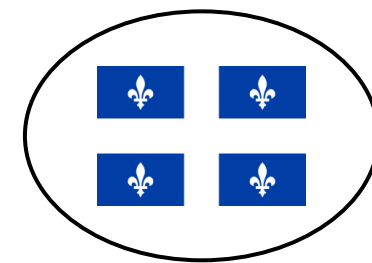
Provenance du financement de la production télévisuelle canadienne selon la langue (2022-2023)

Le **financement des productions télévisuelles canadiennes de langue française** est constitué à **50%** des **droits de licence des diffuseurs** (29% provenant des diffuseurs privés et 21% des diffuseurs publics).

Pour les productions canadiennes de langue anglaise, cette source de financement ne représente que 19%.

Alors qu'elles occupent une part négligeable pour les productions télévisuelles canadiennes de langue française, les **préventes et avances de distribution étrangère** et le financement provenant des **distributeurs canadiens** représentent le **tiers du financement des productions canadiennes de langue anglaise**.

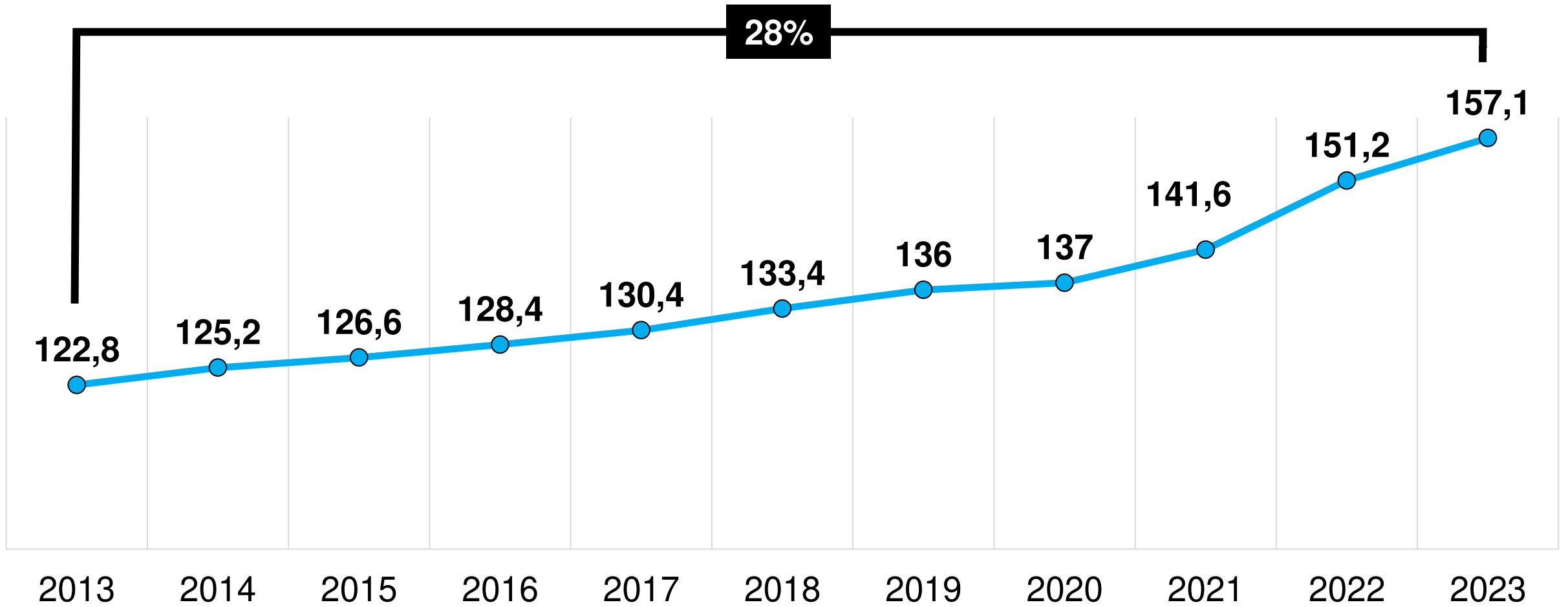
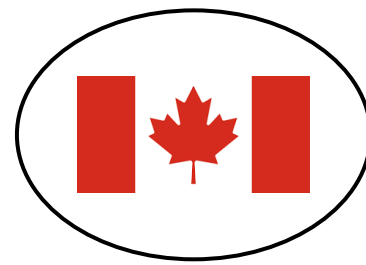
Volume de production (M\$) de l'industrie cinématographique et télévisuelle québécoise



La **production télévisuelle indépendante** a augmenté de 489 à 848 millions entre 2012 et 2022.

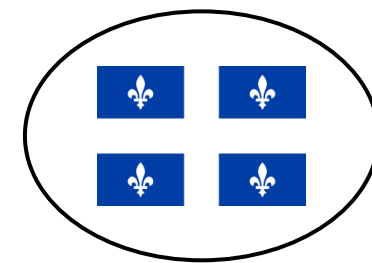
Cette hausse s'explique notamment par les coûts liés aux mesures sanitaires, les nouvelles commandes de la chaîne Noovo et par **l'inflation générale des salaires et des prix dans l'ensemble de l'économie.**

Évolution de l'IPC

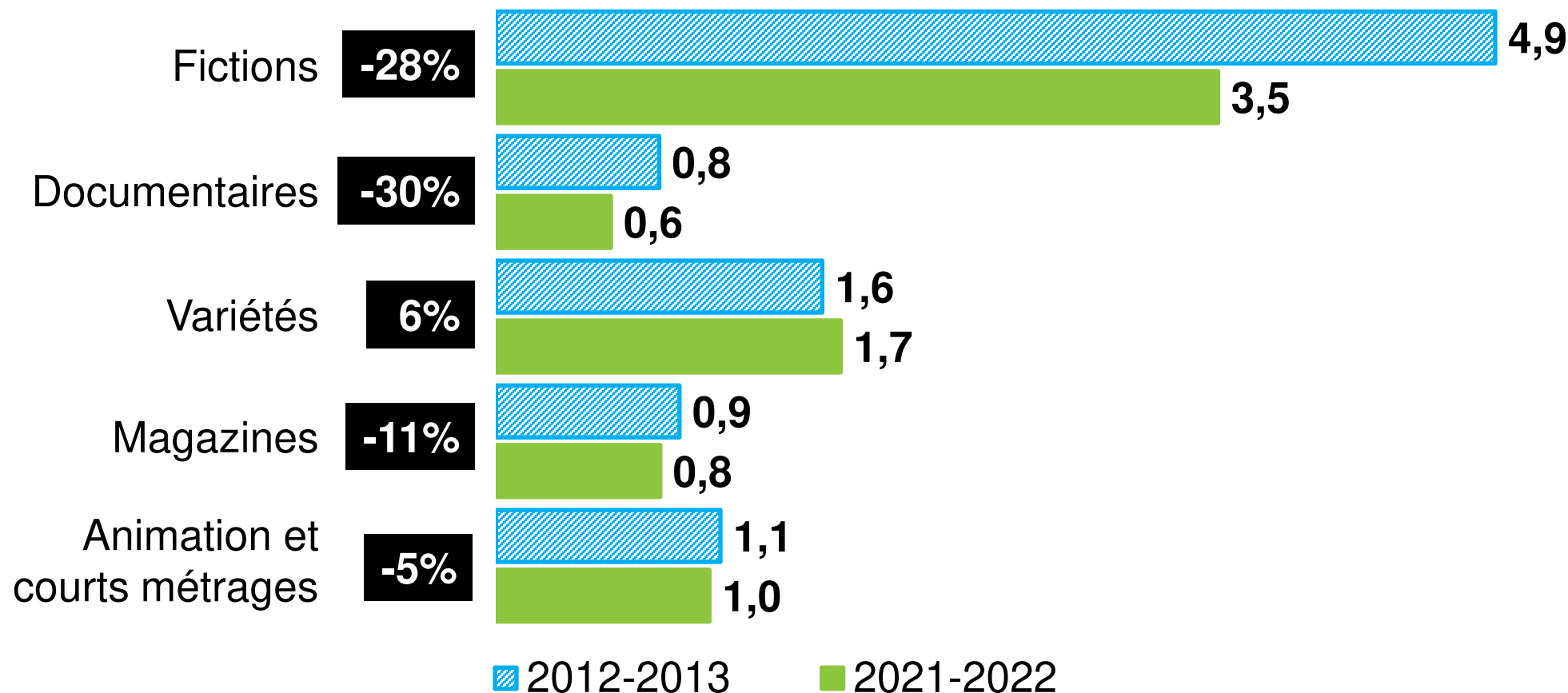


Source : Statistique Canada

Coût moyen par projet (M\$) des productions télévisuelles selon le genre en dollars constants de 2012

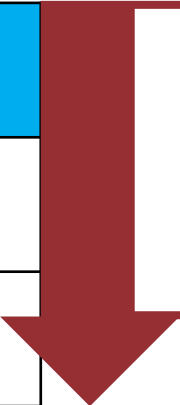


Avec l'inflation, les **coûts moyens par projet** en dollars réels ramenés en **dollars constants de 2012** ont **diminué pour la majorité des genres** au cours de la période 2012-2022.



Variation du nombre et du volume des productions télévisuelles canadiennes de langue française

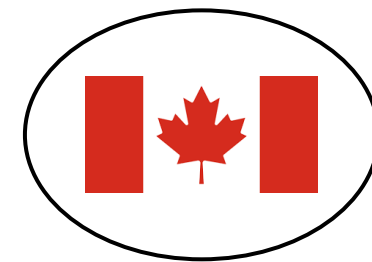
	2021-2022	2022-2023	Variation (%)
Nombre de productions	632	575	-9%
Volume (M\$)	1066	1053	-1%



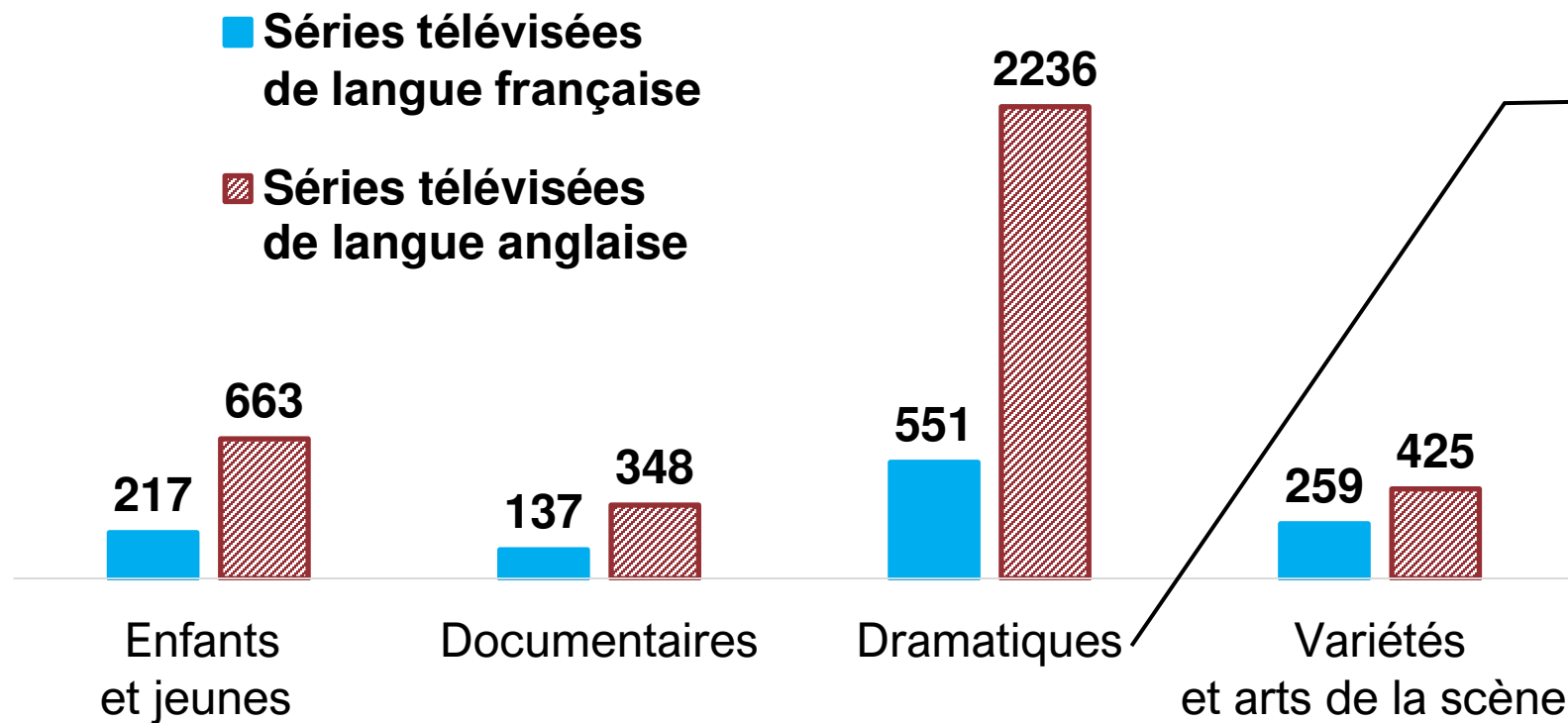
Une première baisse annuelle a été constatée pour l'année 2022-2023 pour les productions canadiennes de langue française.

Le fait que le **CRTC a exigé des diffuseurs qu'ils rattrapent avant le 31 août 2023 les montants non dépensés** pour les émissions canadiennes **pendant la pandémie** durant cette période a surement amoindri cette baisse.

Devis moyens par heure des séries télévisées (k\$) par langue (moyenne annuelle, 2018 à 2023)



Les **budgets** accordés aux **productions canadiennes de langue française** demeurent **bien en deçà** de ceux dont disposent les **productions canadiennes de langue anglaise**.



Pour les **dramatiques**, les productions canadiennes de **langue anglaise** disposent de **devis moyens par heure 4 fois plus élevés**.

Conclusion



Budget provincial Mars 2024

De bonnes nouvelles lors du budget du Québec avec la **bonification du crédit d'impôt**

[Communiqué AQPM Budget du Québec](#)



Budget fédéral Avril 2024

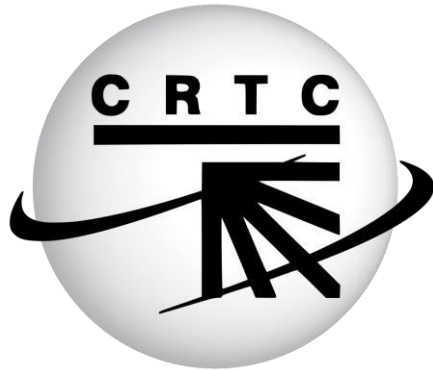
Et également dans le cadre du budget fédéral, où des **sommes supplémentaires** ont été annoncées pour le **FMC** et **Radio-Canada** et confirmées pour **Téléfilm** et le **Bureau de l'écran autochtone**

[Communiqué AQPM Budget fédéral 2024](#)

Conclusion

Plan réglementaire en vue de moderniser le cadre de radiodiffusion du Canada

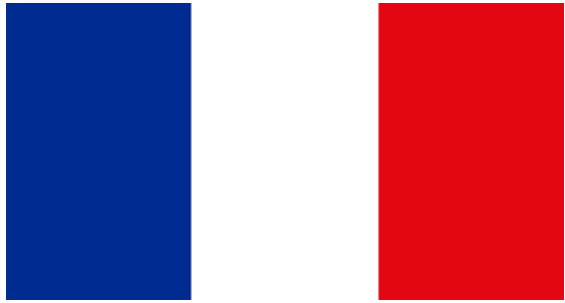
Projet de loi C-11



Le CRTC modernise actuellement sa réglementation à la suite de l'adoption du projet de loi C-11 et devrait très prochainement publier sa **décision** établissant le **niveau de contributions financières qu'il imposera aux plateformes en ligne** qui ont des activités au Canada.

Ces contributions de base seraient dédiées dans un premier temps à des fonds de production.

Conclusion



Certains pays imposent déjà ce type d'obligations, dont la France.

Importance de ces nouvelles contributions en France

Les services de vidéos à la demande, en vertu des règles appliquées par l'ARCOM (l'équivalent du CRTC en France), ont consacré **345 millions d'euros pour le contenu local en 2022**, soit le double de l'année précédente.