

Le 4 août 2017

Les possibilités à saisir en matière de contenu canadien dans un monde numérique

**Mémoire présenté au Comité permanent des finances de la Chambre des
communes dans le cadre des consultations prébudgétaires de 2018**

Présenté par :

La Canadian Media Producers Association (CMPA)

La Canadian Media Producers Association (CMPA) est la première association professionnelle canadienne de producteurs indépendants s'occupant de conception, de réalisation et de distribution d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits médiatiques numériques en langue anglaise. La CMPA travaille au nom de ses 350 membres partout au pays à la promotion et à la stimulation de l'industrie canadienne de la production indépendante.

Au sujet des producteurs indépendants

Les producteurs indépendants sont des entrepreneurs qui prennent des risques : ils s'inspirent d'une étincelle – d'une idée, d'une notion ou d'une histoire – et collaborent avec des gens créatifs et de talent ainsi que des partenaires de la radiodiffusion et de la distribution afin de réaliser une histoire complète qui sera présentée à l'écran. Les producteurs indépendants racontent des histoires qui représentent tous les Canadiens et reflètent les voix diverses et variées qui forment notre grand pays.

Ces histoires ont une valeur culturelle et économique importante. L'industrie de la production cinématographique et télévisuelle canadienne soutient 140 600 emplois à temps plein de haute qualité, et sa contribution annuelle au PIB national est de 8,5 milliards de dollars, dont 3,3 milliards de dollars en valeur d'exportation.

Toutefois, le secteur peut faire beaucoup plus. Pour réussir, les industries culturelles exigent un ensemble unique de mesures de soutien et de règlements. La production de contenu télévisuel et cinématographique de qualité est extrêmement coûteuse et risquée. On ne peut réaliser de nouveau contenu professionnel d'excellente qualité sans promotion, garanties et soutien financier adéquats qui équilibrent le pouvoir de négociation au sein de tous les acteurs du marché. Si on ne met pas en place un ensemble de mesures stratégiques adéquates, les emplois, le talent, les revenus et les investissements quittent le Canada, le plus souvent pour les États-Unis.

Dans ce contexte, la CMPA est heureuse de présenter les recommandations suivantes au Comité permanent des finances de la Chambre des communes dans le cadre de ses consultations prébudgétaires de 2018.

Soutien des productions canadiennes durant le passage au numérique

La transformation fondamentale de la façon dont les Canadiens regardent du contenu dans le cadre de laquelle ils passent de l'infrastructure traditionnelle de la télévision à des services Internet et sans fil a déjà commencé. Toutefois, ce changement n'est pas terminé et ne signifie pas la fin de la télévision traditionnelle.

Pendant que ce changement se produit, les fondements des cadres stratégiques existants qui soutiennent la création de contenu canadien s'effritent. Par exemple, le budget annuel du Fonds des médias du Canada a diminué au cours des dernières années en raison des contributions plus faibles des entreprises canadiennes de distribution de radiodiffusion.

Il faut mettre en place un nouveau cadre stratégique moderne : un cadre qui reconnaît de nouveaux acteurs, comme les fournisseurs de services Internet, de services sans fil et de services comme Netflix et Amazon, en tant qu'éléments clés du système de radiodiffusion et qui s'assure que ceux-ci contribuent adéquatement à la création et à la présentation de contenu canadien. Tant qu'un cadre moderne ne sera pas adopté, le soutien financier du contenu canadien et des productions indépendantes continuera de chuter. Ces pressions ne doivent pas



causer de préjudices irrémédiables au système de radiodiffusion durant l'élaboration d'un nouveau cadre stratégique.

Recommandation : En attendant la mise en place d'un nouveau cadre stratégique, Patrimoine canadien, à titre de mesure provisoire, devrait augmenter sa contribution au Fonds des médias du Canada afin de tenir compte du financement à la baisse.

Les enchères du spectre à venir de la part du gouvernement constituent un mécanisme qui pourrait financer une contribution accrue au Fonds des médias du Canada. Dans le cadre des enchères, on s'attend à vendre la bande passante qui était auparavant réservée aux fournisseurs de services sans fil à des fins de radiodiffusion. Une telle réorientation des profits du spectre reconnaîtrait le changement du mode de consommation et éviterait l'imposition de nouvelles taxes et de nouveaux frais d'utilisation sans nuire aux autres plans budgétaires du gouvernement.

L'importance d'un soutien financier stable

L'industrie de la production visuelle est extrêmement concurrentielle et très mobile. Les investisseurs, en particulier ceux du secteur privé à l'étranger, peuvent rapidement réorienter leurs investissements vers tout pays offrant un cadre financier plus attrayant ou plus stable.

La plupart des programmes fédéraux soutenant l'industrie télévisuelle et cinématographique sont très importants afin de garder les productions et les emplois qui en découlent au Canada. Si on laisse entendre que les programmes actuels et les crédits d'impôt peuvent être révisés ou modifiés, cela causera de l'instabilité, et les investissements étrangers pourraient être redirigés vers d'autres pays plus stables.

Recommandation : Le gouvernement fédéral devrait continuer de soutenir des programmes comme le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne, le crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique, le Fonds des médias du Canada et le Fonds du long métrage du Canada aux taux actuels.

Occasions à saisir en matière d'exportation de la culture canadienne

Contrairement à nos principaux concurrents internationaux, le Canada n'a pas d'organisme central chargé d'harmoniser les initiatives gouvernementales pour soutenir et promouvoir le contenu visuel sur les marchés d'exportation. Dans un marché international très concurrentiel, le secteur du contenu médiatique du Canada a besoin d'une stratégie d'exportation qui comprend une infrastructure modernisée et un leadership centralisé. Un organisme national centralisé serait mieux placé pour favoriser la collaboration des intervenants et, du coup, favoriser des possibilités plus grandes de coproduction et attirer des investissements supplémentaires.



Recommandation : Il faut multiplier les possibilités d'exportation pour les entreprises médiatiques visuelles du Canada en adoptant une stratégie d'exportation exhaustive.

Une stratégie d'exportation exhaustive, modernisée et centralisée permettrait de fonder des entreprises canadiennes fortes et durables, capables de produire, de financer et d'exporter/de distribuer des films, des productions télévisuelles et numériques produites au Canada de façon concurrentielle à l'échelle internationale.

Conclusion

La CMPA et ses membres sont impatients de collaborer avec le gouvernement afin d'élaborer des politiques et des programmes qui permettront au secteur des productions indépendantes de prospérer; cela nous permettra de créer de bons emplois pour la classe moyenne, de promouvoir la culture canadienne à l'échelle nationale et à l'étranger et de produire du contenu de haute qualité.

