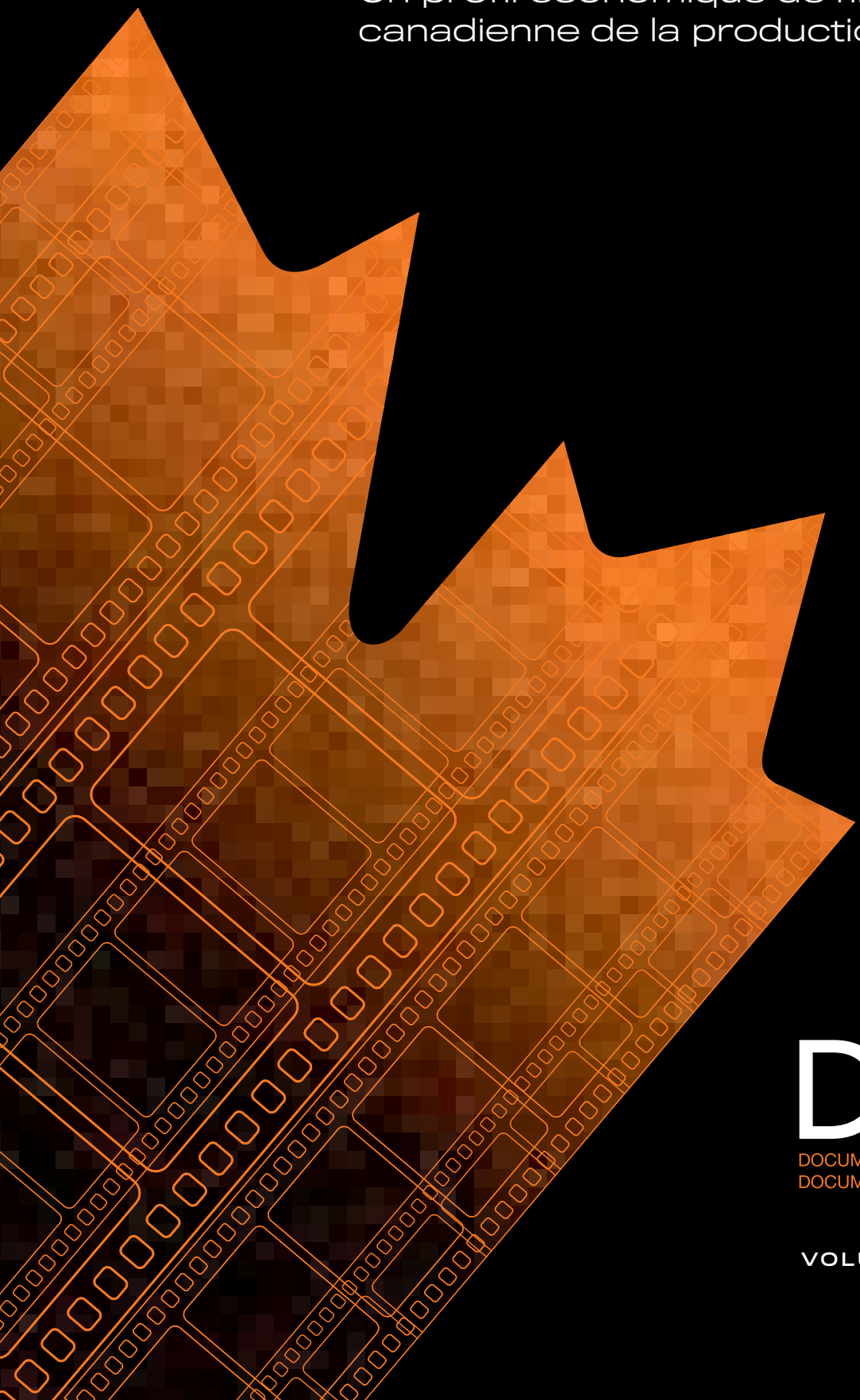
TOUTE LA VÉRITÉ

Un profil économique de l'industrie canadienne de la production documentaire



DOC

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA

VOLUME 5 · JUIN 2013

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA

L'Association des documentaristes du Canada (DOC) parle au nom des documentaristes indépendants du Canada. L'organisme est dirigé par ses membres et appuie la promotion et le développement du film documentaire. Association sans but lucratif à portée nationale, DOC défend un environnement propice à la production du documentaire et s'efforce de consolider ce secteur au sein de l'industrie du cinéma.

DIRECTRICE
Lisa Fitzgibbons

215 Spadina, bureau 126
Toronto, ON M5T 2C7
(416) 599-3844
info@docorg.ca
docorg.ca

RAPPORT RÉDIGÉ PAR
Susan Brinton, Suebee Media Consulting

Susan Brinton est consultante spécialisée en politique culturelle, notamment en matière de cinéma et de télévision. Son travail se concentre sur la recherche, l'analyse et le développement de politiques pour divers groupes et agences culturels, aux niveaux fédéral et provincial.

DONNÉES PRÉPARÉES ET FOURNIES PAR
Groupe Nordicité Ltée

Nordicité est une maison de services-conseils spécialisée en analyse économique et financière, en solutions de stratégie d'entreprise ainsi qu'en politiques gouvernementales. Elle dessert principalement le milieu des communications et de la création.

TABLE DES MATIÈRES

Liste des illustrations 5
Sommaire 11
Vue d'ensemble de l'industrie 19
Notes sur la méthodologie 27

IMPACT ÉCONOMIQUE 29

Production documentaire canadienne globale 29
Part de la production documentaire dans la production globale de contenu canadien 30
Emploi (Emplois équivalents plein temps) 31
Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires 32

PRODUCTION 35

Production de documentaires indépendants de langue anglaise 36
Production de documentaires indépendants de langue française 42
Production de documentaires indépendants dans une autre langue 47

BUDGETS ET FINANCEMENT 49

Budgets 49
- Tendances budgétaires - documentaires de langue anglaise 49
- Tendances budgétaires - documentaires de langue française 52

Financement 57
- Financement de la production de langue anglaise 57
- Financement de la production de langue française 65
- Droits de diffusion 70
  - Tendances des droits de diffusion - documentaires de langue anglaise 73
  - Tendances des droits de diffusion - documentaires de langue française 75
- Crédits d'impôt aux producteurs 78
- Financement public direct 79
- Sources de financement publiques 80
- Sources de financement privées 93

AUDITOIRES 97

Les 10 documentaires les plus populaires 97
La part de l'écoute des émissions canadiennes 100
Moyenne hebdomadaire des heures d'écoute du documentaire de longue durée 101
Films documentaires destinés aux salles 104
Festivals de films documentaires 108

ÉTUDES DE CAS 111

The Corporation 112
Ballet Girls 115
Chercher le courant 118
Inside Disaster Haïti 121

Références 124
Annexe A - Glossaire 125
Annexe B - Définitions de « documentaire ». 131
Fonds des médias du Canada (FMC) 131
CRTC 132
BCPAC 132
ONF 133
Téléfilm Canada 133
Annexe C - Méthodologie détaillée 135
I. Volume de production 135
II. Emploi 141
III. Impact économique de la production 144
IV. Valeur d'exportation 145
V. Suppression de données 145
VI. Pourcentages 145

Les opinions, conclusions ou recommandations exprimées dans cette publication sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario, du Fonds des médias du Canada ou du Gouvernement de l'Ontario. Les opinions, conclusions ou recommandations exprimées dans cette étude sont uniquement celles de l'auteur et n'engagent en aucune façon l'un ou l'autre des partenaires du financement de l'étude.

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1-1 Production documentaire canadienne globale 29
Illustration 1-2 Volume total de la production documentaire, par segment (indépendante, à l'interne, ONF) 30
Illustration 1-3 Part de la production documentaire dans la production globale de contenu canadien 31
Illustration 1-4 Emplois (emplois équivalents temps plein : ETP) 31
Illustration 1-5 Évolution du nombre d'emplois directs en production cinématographique et télévisuelle 32
Illustration 1-6 Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires de longue durée, par catégorie 33
Illustration 1-7 Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires de longue durée 33
Illustration 1-8 Impact économique de la production documentaire au Canada en 2010-2011 34

Illustration 2-1 Volume total de production documentaire indépendante, selon la langue 35
Illustration 2-2 Volume total de production documentaire indépendante de langue anglaise, selon la région 37
Illustration 2-3 Volume de production pour la télévision de langue anglaise, selon la catégorie 38
Illustration 2-4 Sommaire sur cinq ans – Documentaires à épisode unique et séries documentaires pour la télévision de langue anglaise, selon la région 39
Illustration 2-5 Volume de production de longs métrages documentaires de langue anglaise 40
Illustration 2-6 Volume total de coproductions internationales documentaires pour la télévision de langue anglaise entre pays régis par un accord 41
Illustration 2-7 Volume total de coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue anglaise entre pays régis par un accord 41
Illustration 2-8 Volume total de production documentaire indépendante de langue française, selon la région 43
Illustration 2-9 Volume de production pour la télévision de langue française, selon la catégorie 44
Illustration 2-10 Sommaire sur cinq ans – Documentaires à épisode unique et séries documentaires pour la télévision de langue française, selon la région 45
Illustration 2-11 Volume total de production de longs métrages documentaires de langue française 46
Illustration 2-12 Volume total de coproductions internationales documentaires pour la télévision de langue française entre pays régis par un accord 47
Illustration 2-13 Volume total de production documentaire indépendante dans une autre langue 47

Illustration 3-1 Budgets horaires moyens – toutes catégories confondues de langue anglaise 49
Illustration 3-2 Distribution des budgets horaires – miniséries de langue anglaise 50
Illustration 3-3 Distribution des budgets horaires – documentaires à épisode unique de langue anglaise 50
Illustration 3-4 Distribution des budgets horaires – séries de langue anglaise 51
Illustration 3-5 Distribution des budgets horaires – longs métrages de langue anglaise 51
Illustration 3-6 Budgets horaires moyens – coproductions internationales de langue anglaise régies par un accord, toutes catégories confondues 52
Illustration 3-7 Budgets horaires moyens – toutes catégories confondues de langue française 53
Illustration 3-8 Distribution des budgets horaires – documentaires à épisode unique de langue française 53
Illustration 3-9 Distribution des budgets horaires – séries de langue française 54
Illustration 3-10 Distribution des budgets horaires – longs métrages de langue française 54
Illustration 3-11 Budgets horaires moyens – coproductions internationales de langue française régies par un accord, toutes catégories confondues 55
Illustration 3-12 Financement des productions documentaires de langue anglaise 58
Illustration 3-13 Financement des productions documentaires à épisode unique de langue anglaise 59
Illustration 3-14 Financement des productions documentaires de langue anglaise, séries et miniséries. 60
Illustration 3-15 Financement des longs métrages documentaires de langue anglaise. 61
Illustration 3-16 Financement des coproductions documentaires pour la télévision, de langues anglaise et française (productions financées par le FMC seulement). 62
Illustration 3-17 Financement des coproductions documentaires pour la télévision, de langues anglaise et française (productions financées par le FMC seulement). 63
Illustration 3-18 Financement des coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue anglaise 64
Illustration 3-19 Financement des productions documentaires de langue française 65
Illustration 3-20 Financement des productions documentaires à épisode unique, de langue française 66
Illustration 3-21 Financement des productions de séries et miniséries documentaires, de langue française 67
Illustration 3-22 Financement des productions de longs métrages documentaires de langue française 68
Illustration 3-23 Financement des coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue française 69
Illustration 3-24 Part du financement total attribuable aux droits de diffusion versés par les télédiffuseurs pour la production indépendante 70

Illustration 3-25 Part et montant total attribuables aux droits de diffusion versés par les télédiffuseurs, selon la catégorie 71
Illustration 3-26 Valeur médiane des droits horaires de diffusion de documentaires de langue anglaise, selon la catégorie 72
Illustration 3-27 Distribution des droits horaires de diffusion de miniséries documentaires de langue anglaise 73
Illustration 3-28 Distribution des droits horaires de diffusion de documentaires à épisode unique de langue anglaise 73
Illustration 3-29 Distribution des droits horaires de diffusion de séries documentaires de langue anglaise 74
Illustration 3-30 Distribution des droits horaires de diffusion de longs métrages documentaires de langue anglaise 74
Illustration 3-31 Valeur médiane des droits horaires de diffusion de documentaires de langue française selon la catégorie 75
Illustration 3-32 Distribution des droits horaires de diffusion de miniséries documentaires de langue française 76
Illustration 3-33 Distribution des droits horaires de diffusion de documentaires à épisode unique de langue française 76
Illustration 3-34 Distribution des droits horaires de diffusion de séries documentaires de langue française 77
Illustration 3-35 Distribution des droits horaires de diffusion de longs métrages documentaires de langue française 77
Illustration 3-36 Contributions totales des crédits d'impôt versés aux producteurs 78
Illustration 3-37 Financement public direct accordé aux documentaires de longue durée 79
Illustration 3-38 Contribution du FMC-FTC au financement de la production documentaire 80
Illustration 3-39 Participation du FMC-FTC au financement de la production documentaire 81
Illustration 3-40 Nombre d'heures de production financées par le FMC-FTC 81
Illustration 3-41 Part consacrée par le FMC-FCT au financement de documentaires 81
Illustration 3-42 Types de productions documentaires (de langues française et anglaise seulement) subventionnées par le FMC-FCT 82
Illustration 3-43 Production documentaire financée par le FMC-FCT, selon la région 83
Illustration 3-44 Production de documentaires de longue durée destinés à la télévision dans le segment non financé par le FMC-FTC 84
Illustration 3-45 Nombre et volume des projets de l'ONF 85
Illustration 3-46 Budgets moyens des productions subventionnées par l'ONF 85
Illustration 3-47 Contribution moyenne du financement par l'ONF (en pourcentage du volume total) 85
Illustration 3-48 Volume du financement documentaire par l'ONF 86
Illustration 3-49 Part du financement de l'ONF consacrée aux documentaires 87
Illustration 3-50 Volume total de la production documentaire distribuée par l'ONF 87

Illustration 3-51 Programme de Téléfilm pour le long métrage documentaire destiné aux salles – volume de financement selon la langue et le type d'activité 88
Illustration 3-52 Programme de Téléfilm pour le long métrage documentaire destiné aux salles – total des projets selon la langue et le type d'activité 89
Illustration 3-53 Programme de Téléfilm pour le long métrage documentaire destiné aux salles – volume total de la production selon la contribution et le budget moyens 89
Illustration 3-54 Conseil des Arts du Canada – volume du financement de documentaires selon le type d'activité, la catégorie et la langue 90
Illustration 3-55 Conseil des Arts du Canada – contribution moyenne aux projets documentaires, selon la catégorie 91
Illustration 3-56 Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – financement de documentaires selon le type d'activité 92
Illustration 3-57 Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – nombre de projets selon le type d'activité 92
Illustration 3-58 Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – volume total de production, contribution et budget moyens 92
Illustration 3-59 Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – part attribuée à la production documentaire 93
Illustration 3-60 Fonds Bell – contribution au financement de documentaires destinés à la télévision 94
Illustration 3-61 Fonds Bell – nombre de documentaires destinés à la télévision (nouveaux médias) financés, selon la catégorie 94
Illustration 3-62 Fonds Bell – part du FRNMB total consacrée au financement de documentaires destinés à la télévision 95

Illustration 4-1 Palmarès des dix émissions documentaires télévisées les plus populaires (séries et documentaires à épisode unique), marché de langue anglaise 98
Illustration 4-2 Palmarès des dix émissions documentaires télévisées les plus populaires (séries et documentaires à épisode unique), marché de langue française 99
Illustration 4-3 Part de l'écoute des émissions canadiennes 100
Illustration 4-4 Nombre moyen d'heures d'écoute par semaine de documentaires canadiens, selon la langue 101
Illustration 4-5 Nombre moyen d'heures d'écoute/semaine de documentaires canadiens, selon le type de chaîne et selon la langue 102
Illustration 4-6 Télédiffusion d'émissions documentaires durant les heures de grande écoute 103
Illustration 4-7 Le palmarès des dix films documentaires les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2010) 104

Illustration 4-8 Le palmarès des dix films documentaires les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2011) 105
Illustration 4-9 Le palmarès des dix films documentaires canadiens les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2010) 106
Illustration 4-10 Le palmarès des dix films documentaires canadiens les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2011). 107
Illustration 4-11 Recettes-guichet nationales et internationales cumulées 107
Illustration 4-12 Assistance annuelle au Festival canadien du documentaire international Hot Docs 108
Illustration 4-13 Assistance annuelle aux Rencontres internationales du documentairede Montréal (RIDM). 109

Illustration C-1 Diagramme du filtrage des documentaires de longue durée 137
Illustration C-2 Pourcentage utilisé pour évaluer le volume des productions certifiées par le CRTC 138
Illustration C-3 Hypothèse relative au salaire moyen des ETP 142

SOMMAIRE

SURVOL

Depuis la publication de *Toute la vérité 4*, couvrant la période 2008-2009, l'industrie du documentaire canadien s'est heurtée à de nombreux obstacles. *Toute la vérité 5* offre le plus récent aperçu de ce milieu, ainsi que les défis qui l'attendent. Cette étude est basée sur des données de l'année 2010 jusqu'au 31 mars 2011.

Au cours des dernières années, la télédiffusion canadienne a connu une concentration importante aux mains de cinq conglomérats : Bell/CTV, Shaw/Corus/Canwest, Quebecor, Rogers et Astral. Cette convergence a fragilisé le modèle de financement du documentaire – qui repose souvent sur la participation d'un télédiffuseur – vu le désintérêt grandissant de ces derniers pour le genre. D'autres sources de financement ont également disparu, notamment le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants, ce qui accentue le déclin du documentaire canadien. Par conséquent, ce rapport est pauvre en bonnes nouvelles pour l'industrie canadienne du documentaire.

On note une baisse notoire du volume de production de documentaires, qui se traduit par une perte de plus de 100 millions de dollars entre 2008-2009 et 2010-2011. Pour la première fois, cette baisse se manifeste tant dans le marché de langue française que du côté du marché de langue anglaise alors que précédemment, elle se limitait au marché de langue anglaise uniquement.

Ce déclin vertigineux a entraîné la perte de 4000 emplois dans le milieu documentaire depuis 2008-2009. Malgré ces pertes, la production documentaire demeure un secteur vital de l'industrie canadienne du film et de la télévision, contribuant à hauteur de 625 millions de dollars au produit national brut (PNB).

Les festivals de films documentaires augmentent toujours en popularité et sont de véritables fers de lance pour les cinéastes. Plusieurs documentaires canadiens ont été applaudis et primés à l'étranger. D'autres, notamment ceux destinés à des publics cibles et s'inscrivant dans une tradition canadienne reconnue, ont contribué à nourrir des débats sur d'importantes questions sociales, comme le démontrent les études de cas incluses dans ce rapport.

Mais ces succès ne changent rien à la gravité de la situation dans laquelle se retrouvent les documentaristes aujourd'hui.

PRODUCTION EN DÉCLIN

Entre les périodes 2008-2009 et 2010-2011 :

- le volume de production documentaire a diminué de plus de 21 %, c'est-à-dire de 105 millions de dollars ;
- le nombre de projets documentaires a diminué de 23 %, passant de 591 à 457 ;
- le nombre d'heures de production documentaire a diminué de 555 heures, totalisant 1445 heures en 2010-2011.

La télévision canadienne représente le marché le plus important pour les documentaires produits ici. Les données sont éloquentes à ce sujet : 98 % des documentaires de langue anglaise et 87 % de ceux produits en langue française sont destinés à la télévision. De plus, 67 % de la production documentaire télévisuelle est constituée de séries documentaires pour les deux marchés linguistiques. Ces chiffres montrent bien la dépendance du documentaire vis-à-vis des télédiffuseurs.

La crise financière de 2008 a réduit les revenus publicitaires des télédiffuseurs canadiens, les amenant à limiter la création de nouveaux programmes. Dès 2010, par contre, les revenus des télédiffuseurs canadiens revenaient à la normale et on notait, malgré la récession, une augmentation de revenus chez les chaînes spécialisées[1].

Et pourtant, la production documentaire poursuit son déclin. Malgré le rebond financier et l'obligation de production de contenu canadien, les télédiffuseurs ont constamment réduit le nombre de projets documentaires financés depuis 2008.

PRODUCTION SELON LA LANGUE ET LA RÉGION

D'après les données fournies, la quantité de documentaires produits a diminué, tant dans les marchés de langue française qu'anglaise, depuis 2008. La baisse de la production en langue anglaise poursuit la dégringolade amorcée il y a quelques années : une diminution de 25 %, soit 85 millions de dollars depuis 2008-2009.

L'Ontario, la province la plus performante dans le marché de langue anglaise, a connu les plus grandes pertes, soit 64 millions de dollars de moins en 2010-2011. Malgré cette baisse, la province contribue à 61 % du volume de production documentaire du marché de langue anglaise. D'autres régions – telles celle de l'Atlantique les Prairies ou encore le Québec –, ont connu une baisse parfois plus dramatique encore, allant de 25 % à un époustouflant 75 % dans les provinces atlantiques. Alors que la Colombie-Britannique subissait une baisse de production au cours des deux années précédentes, elle est la seule province qui a augmenté sa production en 2010-2011.

Dans notre dernier rapport, la programmation documentaire du marché de langue française indiquait une modeste augmentation de 3 %. Depuis 2008-2009, cette production a diminué de presque 12 %, totalisant 85 millions de dollars, son niveau le plus bas depuis 2004-2005. La bonne nouvelle : les documentaires de langue française produits à l'extérieur du Québec

1 CRTC, Rapport de surveillance sur les communications 2012.

sont passés de 13 % (2008-2009) à 21 % (2010-2011) de la production du marché de langue française.

Les documentaires produits dans une autre langue que l'anglais ou le français sont en chute libre depuis 2005-2006, alors qu'ils atteignaient 21 millions de dollars. En 2010-2011, ces documentaires ne représentaient plus que 2 millions de dollars.

PRODUCTION SELON LA CATÉGORIE DE PRODUCTION ET LE GENRE

Selon nos données, les chaînes généralistes des deux marchés linguistiques diffusent en moyenne moins de deux heures de programmation documentaire par semaine. Pour les chaînes spécialisées de ces deux marchés, le nombre est beaucoup plus élevé : plus de neuf heures pour le marché de langue anglaise et plus de quatre heures pour le marché de langue française.

La définition du documentaire, pour ceux qui le financent et le règlementent, demeure problématique. Nous l'abordons dans la section qui suit. Le cadre règlementaire a été récemment révisé pour inciter les télédiffuseurs canadiens à soutenir des « émissions d'intérêt national », ce qui inclut le documentaire. On ne connaît pas encore l'impact qu'aura cette nouvelle mesure, mise en œuvre en septembre 2011.

La production de longs métrages documentaires accuse également un recul. Le nombre de longs métrages de langue anglaise est passé de 30 à 8 en 2010-2011 et le volume de production de 23 millions à 4 millions de dollars. Une baisse spectaculaire de 83 % en trois ans. Bien qu'il peut y avoir un retard dans le report des données, on constate néanmoins que le marché de langue anglaise est en sérieuse difficulté.

Alors que le marché de langue française profite davantage des sorties en salle, il accuse également une baisse substantielle de production : de 35 à 23 longs métrages, et de 14 à 11 millions de dollars au cours des trois dernières années.

BUDGETS À LA HAUSSE

Malgré le fait que les télédiffuseurs programment aujourd'hui moins de documentaires, le budget horaire moyen alloué, tant pour les séries que pour les documentaires à épisode unique, est à la hausse pour les deux marchés linguistiques.

Côté marché de langue anglaise, le budget moyen pour une série documentaire a augmenté au cours des dernières années, atteignant un peu plus de 306 000 $ en 2010-2011, une augmentation de 8 % depuis 2008-2009. Le budget d'un documentaire à épisode unique a atteint 421 000 $/heure en 2010-2011, une diminution par rapport à 2009-2010, alors qu'il atteignait 537 000 $/heure.

Côté marché de langue française, le budget moyen des séries documentaires a augmenté de 10 % depuis 2008, atteignant 142 000 $ en 2010-2011, alors que le documentaire à épisode unique a augmenté de 12 %, atteignant 324 000 $. À noter que l'écart budgétaire entre les deux marchés linguistiques demeure important.

Traditionnellement, les longs métrages documentaires de langue anglaise disposaient de budgets horaires au-dessus de la moyenne, mais ce modèle est en train de changer. Au cours des trois dernières années, le budget horaire moyen pour ces longs métrages a baissé de 29 % (370 885 $ en 2010-2011). Curieusement, le long métrage de langue française a connu le sort inverse, atteignant 412 772 $ en 2010-2011, après avoir subi une dégringolade l'année précédente (275 361 $).

Cette augmentation budgétaire mise à part, le financement documentaire par les télédiffuseurs a diminué de façon significative en 2010-2011. Les droits de diffusion payés par les chaînes privées de langue anglaise sont passés de 117 millions de dollars, en 2008-2009, à 74 millions de dollars, en 2009-2010 et 2010-2011, une baisse globale de 37 %. Du côté francophone, les droits de diffusion payés par les chaînes privées ont chuté de 28 %, totalisant 13 millions de dollars en 2010-2011.

FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE

Le financement du documentaire canadien varie selon le format, le genre et la langue.

Pour le marché de langue anglaise, les chaînes privées représentent la plus importante source de financement (30 % des investissements en 2010-2011). Viennent ensuite les crédits d'impôt provinciaux (17 % des revenus) et, finalement, le Fonds des médias du Canada (FMC) et les distributeurs (12 %). Les chaînes publiques ne représentent ici que 4 % du financement documentaire.

Pour le marché de langue française, la dynamique est toute autre : le FMC vient en tête de liste du financement (26 %), suivi des crédits d'impôt provinciaux (19 %), puis des chaînes privées et publiques (15 % et 14 %, respectivement). Pour les deux marchés linguistiques, les crédits d'impôt fédéraux représentent 9 à 10 % du financement.

Le financement obtenu des télédiffuseurs canadiens se présente la plupart du temps sous forme de droits de diffusion. Ceux-ci représentent 35 % du financement des séries documentaires, tous genres confondus, chez les télédiffuseurs privés et publics, tant de langue anglaise que française. Les droits de diffusion pour les documentaires à épisode unique, par contre, ne représentent que 25 % du financement pour les deux marchés linguistiques.

Du côté du marché de langue anglaise, les droits de diffusion pour les séries documentaires ont légèrement augmenté en 2010-2011, alors qu'ils se sont maintenus pour le documentaire à épisode unique et qu'ils ont baissé pour le long métrage. Le financement moyen pour une série documentaire était de 108 923 $, de 120 210 $ pour le documentaire unique et de 88 636 $ pour le long métrage.

Du côté du marché de langue française, les droits de diffusion ont augmenté pour toutes les catégories de documentaires en 2010-2011, à l'exception des séries. Le financement moyen pour une série documentaire était de 32 500 $, de 80 000 $ pour le documentaire unique et de 85 150 $ pour le long métrage. Comme pour l'enveloppe budgétaire, on note, ici aussi, un écart considérable entre le marché de langue anglaise et celui de langue française.

Pour la période qui nous concerne, les télédiffuseurs canadiens ont peu contribué au financement des longs métrages documentaires. En 2009-2010, du côté du marché de langue anglaise, ils ont versé moins de 3 millions de dollars et une somme négligeable l'année d'après. Du côté du marché de langue française, ils ont versé moins de 1 million de dollars pour chacune de ces années. La participation des télédiffuseurs est essentielle au long métrage documentaire puisque les bailleurs de fonds exigent très souvent l'implication d'un télédiffuseur avant de considérer une demande de financement.

Les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux jouent aussi un rôle important dans ce domaine. Ensemble, ils représentent de 27 à 28 % du financement documentaire pour les deux marchés linguistiques.

Le FMC demeure la plus importante source de financement. Bien que le nombre d'heures de production documentaire et le financement alloué par le FMC aient diminué en 2010-2011, sa participation au financement global de production documentaire a augmenté de 32 %. Les télédiffuseurs ont simultanément diminué le nombre d'heures financées et augmenté le montant accordé à chacun des projets à partir de leur enveloppe de rendement.

D'autres sources publiques et privées, dont l'Office national du film du Canada (ONF), Téléfilm Canada, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) et la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC) – représentent en moyenne de 10 à 11 % du financement. Au cours des dernières années, l'appui de Téléfilm Canada par le biais du Fonds long métrage documentaire (en partie subventionné par le Groupe Rogers) a été fluctuant. Le financement disponible est souvent moins d'un million de dollars par année. Parallèlement, l'ONF réserve de plus en plus ses revenus aux projets interactifs. L'apport du Conseil des Arts du Canada a lui aussi diminué, avec une aide d'environ 1,5 million de dollars par année.

AUDITOIRE

La télévision canadienne, on le sait, essaie souvent de concurrencer la programmation venant des États-Unis. Étonnamment, malgré des budgets inférieurs et un manque de promotion équivalente, la télévision canadienne attire souvent des auditoires de plus d'un million de spectateurs.

Durant l'année 2011, la production américaine *The Big Bang Theory* s'est avérée la série télévisuelle la plus populaire au Canada avec des cotes d'écoute de 3,1 millions de téléspectateurs/minute. En comparaison, la série canadienne la plus regardée est une dramatique de langue anglaise, *Combat Hospital*, avec un auditoire de 1,8 millions/minute, talonnée de près par deux séries policières canadiennes, *Rookie Blue* et *Flashpoint*. Du côté francophone, les 10 séries télévisuelles les plus populaires attirent toutes plus d'un million de téléspectateurs.

Les télédiffuseurs canadiens, on l'a vu plus haut, inscrivent de moins en moins le documentaire à leur programmation mais quand ils le font, le public est au rendez-vous. En 2010-2011, les 10 documentaires de langue anglaise les plus regardés ont attiré un auditoire moyen de plus de 800 000 personnes, la palme allant à une émission de Doc Zone de CBC, avec 930 000 spectateurs. Du côté du marché de langue française, *Réal Giguère, l'homme*

derrière l'image a été le documentaire le plus populaire, avec un auditoire de 1,5 million de téléspectateurs[2].

Chez les chaînes spécialisées des deux marchés, le nombre d'heures documentaires visionnées en moyenne par semaine est encore plus élevé. Précisons que les chaînes de langue anglaise présentent plus de documentaires – tant canadiens qu'étrangers – que leurs pendants francophones.

Au Canada, l'auditoire pour le long métrage documentaire varie grandement. Les grands succès sont immanquablement les productions 3D à gros budgets sur la nature ou la science. Cela dit, des longs métrages canadiens sur des sujets environnementaux ont réussi à se hisser sur la liste des 10 documentaires les plus populaires en 2010-2011. Les recettes, par contre, ne se comparent pas à celles des productions 3D.

Les festivals de films documentaires, pour leur part, continuent leur ascension. Au printemps 2012, le Festival canadien du documentaire international Hot Docs a connu sa meilleure année, attirant 165 000 festivaliers. En plus de conférences et de rencontres, l'événement proposait 189 films sur 14 écrans, un total de 395 visionnements, répartis sur 11 jours.

En novembre 2012, les Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM) présentaient 12 jours de films et d'activités connexes. Créées en 1998, les RIDM proposent une sélection des meilleurs films canadiens et étrangers. Le documentaire occupe une place unique au sein de la culture québécoise, comme le démontre la hausse de 33 % de l'auditoire en 2012, atteignant 40 000 spectateurs.

2 CMPA et APFTQ, *Profil 2011*, p.55.

ÉTUDES DE CAS

Le documentaire se prête bien à une stratégie de distribution « à longue traîne[3] ». Dans cette édition de *Toute la vérité*, nous voulons démontrer l'étendue des marchés que rejoint le documentaire, tout en soulignant les difficultés que connaissent les producteurs de documentaires à atteindre ces marchés.

Comme le démontrent nos quatre études de cas à la fin de ce document, le contenu documentaire peut être remanié pour rejoindre les six marchés suivants :

- marché des salles
- marché des festivals et circuits cinéma
- marché communautaire
- marché institutionnel
- marché de la formation
- marché Internet

Or, le système de financement actuel, basé sur la participation d'un télédiffuseur comme déclencheur financier, se prête mal à une telle mise en marché. Sans l'apport d'un télédiffuseur, il est extrêmement difficile de financer un documentaire et, vu le peu de fonds disponibles provenant d'autres sources, de produire pour un marché autre que celui de la télévision.

EN CONCLUSION

Étant donné une demande à la baisse chez les télédiffuseurs, la production de documentaires a diminué depuis 2008-2009. Le phénomène de convergence au sein des entreprises médias a accentué cette baisse. Les droits de diffusion demeurent un passage obligé afin d'obtenir d'autre sources de financement, notamment auprès du Fonds des médias du Canada. Avec le temps, la production documentaire est devenue de plus en plus dépendante de ce modèle de financement au détriment d'autres modèles.

De plus, la disparition du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants et d'un programme lié à l'Agence canadienne de développement international (ACDI) démontre que les sources alternatives de financement se font de plus en plus rares. L'accès à des marchés autres que celui de la télévision devient par conséquent de plus en plus ardu. Les études de cas présentées à la fin de ce rapport sont éloquentes à ce chapitre.

Depuis la sortie de *Toute la vérité 4* en 2009, plusieurs événements ont contribué au déclin du documentaire. Le programme de documentaire d'opinion du FMC pour le marché de langue anglaise, décrit dans *Perspectives de l'industrie*, tente de remédier aux difficultés croissantes auxquelles se heurte le documentaire. Malheureusement, un seul programme ne peut suffire à résoudre les problèmes qui menacent la survie du documentaire aujourd'hui.

---

3 Stratégie de distribution qui met l'accent sur le succès d'un contenu de niche au fil du temps. Les films à succès et les titres de milieu de catalogue ont un taux plus élevé d'achat/d'auditoire, mais le nombre total de spectateurs des films « à la traîne » (le reste des titres) est considérablement plus grand.

VUE D'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE

Les données présentées dans ce rapport proviennent majoritairement du marché de la télévision canadienne et du marché des salles. Des difficultés méthodologiques nous empêchent de mesurer les activités des autres marchés (institutionnel, communautaire, formation et Internet), bien que ceux-ci demeurent très importants pour l'avenir du documentaire.

Cela dit, les données sont claires : la production du documentaire canadien a diminué de plus de 100 millions de dollars depuis le dernier exercice et la demande de la part des télédiffuseurs est également à la baisse. Ce chapitre illustre les obstacles auxquels le milieu documentaire se bute, ainsi que les défis qui l'attendent.

FUSION DES ENTREPRISES DU SECTEUR CANADIEN DE TÉLÉDIFFUSION

Le problème actuel, pour l'industrie de la production documentaire, est la fusion des entreprises du secteur canadien de télédiffusion. Bien que déjà présent au cours des années 2000, ce fléau a connu son zénith dans le marché de langue anglaise avec l'achat de CanWest Global Communications par Shaw Communications en 2010, suivi de l'achat de CTV Globemedia par BCE (Bell) en 2011.

Au moment de la rédaction de cette étude, Bell tente de percer le marché de langue française en proposant de se porter acquéreur des actifs d'Astral Media. La question de la consolidation de presse électronique se posera donc également au Québec où Quebecor domine le paysage médiatique depuis au moins une décennie.

En 2010, selon le CRTC, les cinq plus grosses corporations médias (BCE, Shaw/Corus, Quebecor, Rogers et Astral) monopolisaient 75 % des revenus télévisuels au Canada[4]. Les grands conglomérats dominent le paysage médiatique au pays et contrôlent tant l'accès au financement de production que la télédiffusion.

Un des impacts majeurs de cette fusion est la fin de diverses sources de revenus possibles (télévision généraliste, payante, spécialisée...) pour les producteurs de documentaires. Notre recherche démontre que le prix payé aujourd'hui par un conglomérat est inférieur à ce qu'un producteur recevait en vendant son documentaire individuellement à chacun des réseaux.

La fusion des entreprises signifie aussi moins d'achats de documentaires puisqu'au sein d'un conglomérat, les droits peuvent être transférés d'une chaîne à l'autre, sans obligation de droits de diffusion additionnels. De plus, la disparition de chargés de programmes au sein de chacune des chaînes a pour corollaire une politique d'achat unique pour l'ensemble du conglomérat, plutôt qu'un choix de produits qui répondent au mandat de chacune de

4 CRTC, Rapport de surveillance des communications, 2012.

ces chaînes. En conséquence, cela brouille l'identité de chacune des chaînes au sein des conglomérats.

FUSION DES MAISONS DE PRODUCTION

Parallèlement, on assiste à une fusion au sein des maisons de production. La diminution d'heures d'antenne a entraîné une concurrence féroce. Pour survivre et grandir, une maison de production doit aujourd'hui multiplier les projets, idéalement des séries à gros budgets qui, elles, exigent des investissements en infrastructure. Or, depuis quelques années, on constate l'émergence de grosses compagnies dont la production est très diversifiée. Les maisons de production documentaire sont généralement de taille beaucoup plus modeste et se concentrent sur quelques projets clés. On voit aussi de plus en plus de petites boîtes de production obligées de faire du divertissement afin de pouvoir produire, à l'occasion, un documentaire.

DEMANDE À LA BAISSE DES TÉLÉDIFFUSEURS

Au moment où la concentration médiatique atteignait son apogée, la crise financière mondiale de 2008-2009 rongeait les revenus publicitaires des télédiffuseurs.

Cela dit, dès 2010, ces revenus dépassaient de 9 % ce qu'ils étaient avant la crise. Malgré la récession, les revenus des chaînes spécialisées, eux, n'ont cessé d'augmenter, soutenus par une demande constante d'abonnements. Les revenus globaux pour la télévision commerciale ont donc augmenté de 6 % en 2011[5].

Malheureusement, on ne peut dire la même chose des revenus du documentaire, qui ont continué de chuter depuis 2008. L'industrie du documentaire est victime d'une baisse de la demande chez les télédiffuseurs, initiée en 2008 avec la crise, et exacerbée ensuite par la concentration médiatique.

Il suffit d'examiner l'horaire des principales chaînes pour constater que le documentaire n'est plus une priorité. Les chaînes généralistes privées, notamment, consacrent de moins en moins de temps au documentaire, particulièrement au documentaire à épisode unique. Du côté des chaînes spécialisées, bien qu'elles dépendent des séries documentaires pour remplir leur temps d'antenne, il s'agit de séries de téléréalité, d'art de vivre ou de divertissement.

DÉFINITION DU DOCUMENTAIRE

L'industrie du documentaire souffre toujours d'une définition large du genre au sein des institutions censées l'appuyer. Tant le principal bailleur de fonds, le Fonds des médias du Canada (FMC), que l'organisme qui règlemente les ondes canadiennes, le Conseil de radiodiffusion

5 CRTC, Rapport de surveillance des communications, 2012.

et des télécommunications canadiennes (CRTC), ont tous deux tenté de définir les programmes « art de vivre » et « téléréalité » pour les exclure de la production documentaire comme telle[6].

À cette fin, le CRTC a revu sa définition du documentaire pour l'année 2011-2012. Cette initiative est d'autant plus bienvenue puisqu'aux fins de ce rapport, nous avons nous-mêmes de la difficulté à séparer les données des émissions de divertissement ou d'affaires publiques de celles des documentaires proprement dits. *Toute la vérité 5*, par exemple, inclut dans son analyse certaines émissions de W5 et de The Fifth Estate, même s'il s'agit davantage d'émissions journalistiques. Les télédiffuseurs, eux, regroupent souvent, à tort, des émissions de divertissement ou de téléréalité sous la rubrique « documentaire ». La nouvelle définition du CRTC devrait idéalement prévenir cette confusion des genres à l'avenir.

LE NOUVEAU CADRE RÉGLEMENTAIRE POUR LES ÉMISSIONS D'INTÉRÊT NATIONAL (EIN)

Autre tournant dans le paysage médiatique : le CRTC impose une nouvelle mesure réglementaire, suite à la révision en 2010 et 2011 des politiques de la radiodiffusion canadienne. Connue sous l'appellation « émissions d'intérêt national », cette mesure vise notamment les corporations Shaw Media, Bell/BCE, Rogers Communications et Corus Entertainment. À noter que du côté francophone, Quebecor n'est pas tenu de respecter ces nouvelles règles, vu l'investissement élevé de cette corporation dans le contenu canadien.

Le CRTC reconnaît depuis longtemps l'importance du documentaire pour les Canadiens. En annonçant le nouveau système EIN, le Conseil écrit : « Les dramatiques et les documentaires sont des émissions dispendieuses et difficiles à produire mais elles sont essentielles à la transmission de valeurs et d'histoires canadiennes[7] ».

Les nouvelles mesures du CRTC sont entrées en vigueur le 1er septembre 2011. Elles obligent les diffuseurs ciblés à investir un certain pourcentage de leurs revenus dans les dramatiques, les documentaires et les galas. L'ancien cadre réglementaire régissait le nombre d'heures d'antenne de certains types d'émissions aux heures de grande écoute. Il exige maintenant, en plus d'une diffusion à heure de grande écoute, un certain investissement financier pour les émissions d'intérêt national, ce qui inclut les documentaires.

Aux fins de ce rapport, il est encore trop tôt pour déterminer l'effet du système EIN sur le documentaire.

6 Dans sa politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-401, le Conseil précise qu'il « y a risque de confusion entre les émissions de téléréalité, qui contiennent parfois des éléments qui s'apparentent au documentaire, et ce que le Conseil définit présentement sous la catégorie de documentaires de longue durée. Il fait aussi remarquer que la téléréalité n'a pas besoin d'être soutenue comme les documentaire de longue durée. Par conséquent, l'inclure dans la même catégorie irait à l'encontre de l'objectif de soutien des émissions d'intérêt national ».

7 Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167.

LONGS MÉTRAGES DOCUMENTAIRES

Le long métrage documentaire a de sérieux défis à relever parce que les sources de financement, qu'elles soient publiques ou privées, exigent la participation d'un télédiffuseur. Au niveau provincial, la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario (SODIMO) et la Société des entreprises culturelles du Québec (SODEC) soutiennent le long métrage documentaire. Mais au niveau fédéral, la situation change. Le soutien du plus gros bailleur de fonds, le FMC, nécessite la participation d'un télédiffuseur soit par le biais d'un financement puisé à même son enveloppe de rendement ou par le biais d'un déclenchement au sein de l'enveloppe du documentaire d'opinion. Le Fonds du long métrage de Téléfilm Canada est en partie soutenu par le Groupe de Fonds Rogers. Ce dernier stipule que pour accéder à sa contribution, le projet doit inclure un télédiffuseur. Comme les télédiffuseurs délaissent de plus en plus le genre, notamment le long métrage, ce type de documentaire se retrouve particulièrement mal en point.

ENTENTES COMMERCIALES

Des ententes commerciales entre les principaux télédiffuseurs et la Canadian Media Production Association (CMPA), agissant au nom des maisons de production canadiennes, ont été signées en 2011. Elles sont maintenant en vigueur[8]. Ces ententes dictent les conditions selon lesquelles les droits de diffusion doivent être négociés, un objectif sur lequel le CRTC a beaucoup insisté. Producteurs et télédiffuseurs canadiens sont tenus de respecter ces conditions pour toute production indépendante commandée par un télédiffuseur. Le Conseil croit ces ententes nécessaires à des négociations justes et équitables. Au moment d'écrire ces lignes, la CBC était toujours en négociation avec les producteurs et n'avait pas encore signé d'entente.

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA (FMC)

Le FMC est le plus important bailleur de fonds du documentaire. La majorité de cet argent va aux enveloppes de rendement réservées aux télédiffuseurs, leur permettant d'investir dans des projets de leur choix. Le calcul de ces enveloppes est complexe ; il est basé sur un ensemble de facteurs, dont le succès auprès de l'auditoire.

Bien que le montant global alloué au documentaire par le FMC ne varie guère par rapport aux années précédentes, les données montrent une baisse dans la quantité de projets financés. Le nombre de projets documentaires est tombé de 591 à 457, une chute de 23 % entre 2008-2009 et 2010-2011. Les données du FMC, présentées plus loin dans ce rapport, confirment que les télédiffuseurs financent moins de documentaires.

Il y a eu plusieurs changements dans le paysage institutionnel depuis *Toute la vérité 4*, mais le plus important concerne la transformation du Fonds canadien de télévision (FCT) en Fonds des médias du Canada (FMC). La politique du FMC exigeant une composante numérique à tout projet documentaire télévisuel a forcé le virage informatique des maisons

8 Voir le site du CMPA: http://cmpa.ca/business-affairs-production-tools/terms-trade.

de production. La production numérique et la télévision n'observant ni les même règles ni le même modèle d'affaires, il s'agit souvent d'un arrimage difficile. Les implications sur les plans budgétaires et financiers de la production d'un contenu numérique en plus d'un contenu télé, ajoutent un stress financier pour la grande majorité des documentaristes qui font déjà face à des options de financement réduites. Les créateurs de contenu doivent aujourd'hui se mettre au diapason du numérique. Cela dit, la politique du FMC, bien que toujours à l'essai, aura profondément transformé le paysage de production médiatique canadien.

Lors de notre dernier rapport, nous nous préoccupions d'une nouvelle politique du FMC permettant aux télédiffuseurs d'utiliser 15 % de leur enveloppe pour des productions maison, et 7,5 % de cet argent pour les productions documentaires. Notre crainte de voir le secteur du documentaire indépendant s'affaiblir ne s'est pas concrétisée, les productions maisons ayant finalement peu augmenté. Le fait que les télédiffuseurs n'aient pas accès aux crédits d'impôt provincial ou fédéral rend les productions maisons moins attrayantes, finalement, que les productions indépendantes. L'impact de cette mesure a donc été beaucoup moindre que prévu.

La création du FMC a aussi signifié la perte d'une enveloppe financière réservée à CBC-SRC. Désormais, le réseau public est traité de la même façon que les réseaux privés, ce qui s'est traduit en une perte de revenus.

L'attention accrue portée aux succès d'auditoire a aussi affecté les chaînes éducatives qui, traditionnellement, représentent un débouché intéressant pour le documentaire. En tant que diffuseurs régionaux, l'importance accordée au calcul des auditoires a diminé leur financement. Cette politique du FMC semble avoir pour effet de limiter l'intérêt de ces réseaux pour le documentaire.

PROGRAMME DE DOCUMENTAIRE D'OPINION DU FMC

Suite aux pressions exercées par des documentaristes inquiets de la disparition du documentaire d'auteur, un programme réservé au genre a été créé pour le marché de langue anglaise au cours de l'exercice 2010-2011. L'intention initiale de l'enveloppe était de permettre aux producteurs l'accès aux fonds du FMC sans devoir compter sur le déclenchement par le biais d'un télédiffuseur. Étant donné l'obligation du FMC de financer des productions télés dans son volet convergent, les producteurs doivent s'assurer de la participation d'un télédiffuseur, ce qui constitue tout un défi, vu le retrait des télédiffuseurs du documentaire d'opinion. Ce programme est encore jeune ; les producteurs travaillent toujours de concert avec le FMC pour améliorer l'efficacité de ce fonds qui, bien que petit, est essentiel.

AUTRES SOURCES DE REVENUS PERDUES

Les producteurs de documentaires ont aussi souffert de la disparition du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants (FCFVI) et de l'annulation de subventions fédérales à l'Agence canadienne de développement internationale (ACDI) et des programmes Routes commerciales et PromArt, qui participaient au rayonnement international du documentaire.

La perte du FCFVI a été particulièrement dure. Ce fonds jouait un rôle primordial dans la production de films éducatifs ou destinés à des marchés non télévisuels, comme les écoles et les universités. Plusieurs producteurs réussissaient à démarrer leur projet ou à boucler leur budget grâce à ce fonds. Une fois lancés, certains projets – on pense notamment à *The Corporation* – ont pu ensuite trouver un télédiffuseur. La version long métrage de *The Corporation* a réalisé des recettes de 1,9 million de dollars au Canada et de plus de 5,5 millions de dollars à travers le monde. La souplesse des critères de sélection du FCFVI lui permettait de soutenir les films expérimentaux, les nouveaux médias, les projets de cinéastes établis comme ceux de jeunes créateurs.

Le FCFVI à été contraint de fermer ses portes en 2008, créant ainsi un manque à gagner pour les projets documentaires destinés à des marchés non télévisuels. Le FCFVI s'adressait entre autre au marché institutionnel, un marché secondaire, certes, mais non moins essentiel pour le documentaire.

En 2009, un rapport du Comité permanent de Patrimoine Canada, *Rapport sur l'analyse des programmes d'art qui ont été annulés durant l'été 2008*, concluait que « les coupures aux programmes des arts, particulièrement la perte du programme de Patrimoine Canada, Routes commerciales, et du programme des Affaires étrangères, PromArt, ont eu un impact négatif majeur sur des organisations des arts canadiennes[9] ». Ces programmes aidaient le documentaire en facilitant des contacts internationaux et en développant un marché de ventes et de distribution.

Le comité permanent indique que « les coupures étaient de nature idéologique » et incite « le gouvernement à rétablir ces programmes ». Le gouvernement, cependant, n'a donné aucune indication en ce sens[10].

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Le financement participatif (*crowdfunding*) est un moyen de financement alternatif qui suscite actuellement beaucoup d'attention à cause des succès mirobolants réalisés sur des sites tels que Kickstarter aux États-Unis[11]. Un rapport commandé par le FMC et publié en août 2012, *Financement participatif dans un contexte canadien*, note que ce type de financement est populaire dans le secteur des arts, du film, de la musique et auprès des médias interactifs. Il est cependant mieux adapté à des petits projets de 10 000 $ à 50 000 $. Au Canada, le financement participatif est surtout l'affaire de producteurs de documentaire d'auteur. Selon le rapport, le documentaire représente en fait le genre par excellence pour ce type d'initiative[12].

---

9 Voir http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?DocId=3821320&Language=F&Mode=1&Parl=40&Ses=2&File=9

10 Voir Réponse du gouvernement : Premier rapport du comité permanent de Patrimoine Canada, *Rapport sur l'analyse des programmes d'art qui ont été annulés durant l'été 2008* (présenté en Chambre le 19 août 2009). http://www.parl.gc.ca/HousePublications/Publication.aspx?Language=F&Mode=1&Parl=40&Ses=2&DocId=4017766&File=0

11 La campagne pour le jeu vidéo *Double Fine Adventure* a recueilli plus de 3,3 millions sur Kickstarter en mars 2012. Voir *Financement participatif dans un contexte canadien*, p.7.

12 Fonds des médias du Canada. *Financement participatif dans un contexte canadien. Une ressource en ligne explorant le potentiel du financement participatif dans les industries de production et de distribution de contenu média.* Août 2012.

Il existe quelques sites canadiens de financement participatif mais Doc Ignite est le seul voué exclusivement au documentaire. Il s'agit d'une plateforme créée par le Festival canadien de films documentaires internationaux Hot Docs pour des projets canadiens. Tous les deux mois, Doc Ignite présente un projet en cours choisi avec soin pour représenter les meilleures productions et les cinéastes les plus talentueux. Le public est alors invité à participer au financement, au lancement et à la promotion des documentaires en question[13].

Comme l'explique l'étude du FMC, le financement participatif n'est pas une panacée pour le documentaire mais peut être une option intéressante. Jusqu'à maintenant, les montants recueillis sont bien en deçà des droits de télédiffusion et ne déclenchent pas d'autres types de financement. L'étude formule une mise en garde contre un manque d'encadrement légal du financement participatif au Canada, en plus de souligner le temps et l'énergie qu'exigent de telles campagnes. Elle prévient qu'il s'agit d'une démarche expérimentale qu'il faut entreprendre avec précaution.

CRÉDITS D'IMPÔT

Dans certaines provinces, un changement de politique à l'égard des crédits d'impôt a eu des effets néfastes sur le documentaire. En 2011, le Nouveau-Brunswick annonçait qu'il supprimait son programme de crédits d'impôt. La pression exercée par le milieu l'obligea, par contre, à introduire un nouveau programme quelques mois plus tard[14]. Au début 2012, la Saskatchewan abolissait son programme de crédits d'impôt pour de bon, forçant des producteurs à envisager de se relocaliser à l'extérieur de la province. Durant cette même période, d'autres provinces ont bonifié leurs crédits d'impôt[15], créant une inégalité de traitement pour les producteurs des différentes régions. La présence de crédits d'impôt peut influencer les décisions d'un télédiffuseur. Les petits producteurs sont particulièrement vulnérables face à la perte de ce type de financement ne pouvant rivaliser à la même hauteur que d'autres partenaires de production sur le marché.

EN RÉSUMÉ

La consolidation du secteur des médias et de la production a diminué la force concurrentielle des documentaristes ainsi que leur capacité à rejoindre leur public, ce qui menace leur viabilité à long terme. Malgré de nouvelles sources de financement, la perte de programmes financiers bien établis accentue le déclin du documentaire au Canada. S'il est encore trop tôt pour connaître l'impact de la nouvelle politique du CRTC (EIN), celle-ci dépendra de l'engagement des grandes corporations médias vis-à-vis du documentaire.

13 Voir le site Doc Ignite : www.hotdocs.ca/docignite.

14 Playback Online, "New Brunswick unwraps new tax credits", November 22, 2011. http://playbackonline.ca/2011/11/22new-brunswick-unwraps-new-tax-credit/.

15 Globe and Mail, "Producers abandonning Saskatchewan as tax credits ends," June 27, 2012. http://www.theglobeandmail.com/arts/film/producers-abandonning-saskatchewan-as-tax-credits-ends/article-4374797/.

NOTES SUR LA MÉTHODOLOGIE

Toute le vérité 5 fournit une vue d'ensemble du milieu en analysant les dernières statistiques et en présentant des données sur le financement, la production et les cotes d'écoute du documentaire au Canada. Appuyé par des études de cas, ce rapport situe le rôle du documentaire dans le contexte plus large de l'industrie de la production et de la télédiffusion. La présente édition examine la production documentaire de l'année fiscale se terminant au 31 mars 2011 (2010-2011).

Pour ce rapport, l'Association des documentaristes du Canada (DOC) a demandé au Groupe Nordicité de compiler les données qui forment la base du présent document. Nordicité a repris certaines méthodologies et concepts utilisés par le Canadian Media Production Association (CMPA) dans son profil économique annuel de l'industrie canadienne du film et de la télévision (*Profile*), pour ensuite l'adapter au secteur du documentaire.

Susan Brinton de Suebee Media a été embauchée pour l'analyse et la rédaction des données et de ses implications. De concert avec DOC, elle a rédigé ce portrait du milieu documentaire, ainsi que les défis qui l'attendent.

DÉFINITIONS ET CONCEPTS

Toute la vérité est la seule publication qui examine la production documentaire au Canada. Le rapport du CMPA, *Profile*, tout en fournissant des données sur le documentaire, les amalgame à d'autres genres de production et ne se concentre pas uniquement sur le documentaire.

Le CRTC définit le documentaire de longue durée comme suit :

> *Œuvres originales, autres que de fiction, conçues principalement pour informer, mais qui peuvent aussi instruire et divertir, donnant une analyse critique approfondie d'un sujet ou d'une opinion, d'une durée minimum de 30 minutes (moins un délai raisonnable pour les messages publicitaires, le cas échéant). Ces émissions ne doivent pas être utilisées à des fins commerciales.*

Le Fonds des médias du Canada utilise la même définition pour déterminer l'éligibilité d'un projet. Il précise que les projets qui présentent un contenu dans le but de divertir – les émission de téléréalité et d'art de vivre, entre autre – ne sont pas considérés comme des documentaires selon leurs critères.

Les statistiques sur le documentaire publiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), et repris par CMPA dans son rapport annuel, incluent à la fois le documentaire de longue durée et le documentaire de divertissement de type téléréalité ou art de vivre. Étant donné que cette dernière catégorie n'est pas éligible au financement, Nordicité et DOC ont élaboré une méthodologie de filtrage pour éliminer celle-ci

des bases de données de BCPAC. Ceci nous permet de mieux évaluer la situation du documentaire comme telle.

Toute la vérité 5 diffère également de *Profile* du CMPA en tenant compte de la production documentaire de l'Office national du film du Canada, de la production indépendante ainsi que de la production à l'interne des télédiffuseurs. On parle de production indépendante lorsqu'il s'agit de projets produits par une maison de production qui n'a ni appartenance ni affiliation à un télédiffuseur canadien et dont la principale raison d'être est la production de films, de vidéos ou de projets numériques.

Les données historiques rapportées ici ont été révisées en concordance avec les révisions du BCPAC. Les données du Bureau de certification doivent être revues à cause du décalage occasionné par les crédits d'impôt : les producteurs ont jusqu'à deux ans après la fin d'une production pour demander leurs crédits d'impôt.

Pour les documentaires en salle, on dispose de deux sources de données : celles du BCPAC et celles du FMC, compilées par Nordicité, d'une part, et celles de Téléfilm Canada pour le Fonds du long métrage documentaire et les coproductions internationales régies par un accord, d'autre part. Vu les différentes méthodologies et chronologies utilisées dans la cueillette des données, le nombre de documentaires en salle ou de longs métrages pourrait avoir été sous-estimé pour les années en cours. Pour le BCPAC, les longs métrages documentaires incluent les films de la semaine et les miniséries, lorsqu'un télédiffuseur a participé au financement ; les documentaires présentés en salle ne sont donc pas inclus. Pour Téléfilm, les documentaires qui ont bénéficié d'une contribution du Fonds Rogers ne sont pas classés « long métrage » vu l'exigence de trouver un télédiffuseur dans les deux ans qui suivent.

Finalement, les pourcentages que l'on trouve dans les illustrations ont été arrondis. Par conséquent, les sommes totales peuvent afficher un léger écart sur une même ligne.

Pour plus d'information sur la méthodologie utilisée par Nordicité dans la préparation de ce rapport, se référer à l'Annexe C – Méthodologie détaillée.

IMPACT ÉCONOMIQUE

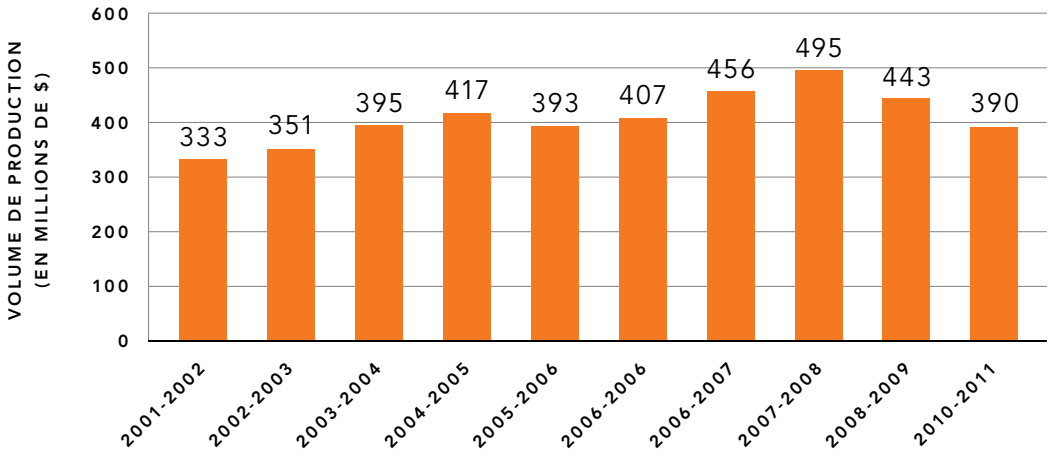
Ce chapitre présente une vue d'ensemble de la production documentaire au Canada, sa part de la production totale de contenu canadien et son impact économique en termes d'emplois, d'exportations et de contribution au produit national brut (PNB).

Comme il est décrit à l'Annexe C – Méthodologie détaillée, les données utilisées ici proviennent de sources variées, incluant le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Les définitions utilisées par le CRTC sont reprises également par le BCPAC. Ainsi, selon le CRTC, le « documentaire de longue durée » désigne un film de 30 minutes ou plus.

Production documentaire canadienne globale

La production de documentaires de longue durée est en chute libre depuis trois ans. Depuis 2008-2009, elle a baissé de plus de 21 %. Le volume de production documentaire en général est à son plus bas niveau depuis huit ans – 390 millions de dollars en 2010-2011 – soit une baisse de 100 millions de dollars depuis 2008-2009.

Illustration 1-1 : Production documentaire totale



Sources : BCPAC, CRTC et ONF.
Note : les données sur le nombre de projets et les heures pour la période 2001-2002 à 2010-2011 incluent les montants pour les projets à l'interne de l'ONF. Ces derniers ont été intégrés manuellement. Pour les heures de la période 2001-2002 à 2005-2006 apparaissant dans les tableaux suivants, aucune donnée n'était disponible pour l'ONF; en conséquence, les calculs de Nordicité sont fondés sur la longueur moyenne des projets (en heures) pour la période 2006-2007 à 2010-2011.

PRODUCTION DOCUMENTAIRE PAR SEGMENT (INDÉPENDANTE, À L'INTERNE, ONF)

Nous examinons ici la production documentaire provenant du secteur indépendant, des télédiffuseurs à l'interne (productions maison) et de l'ONF.

La production indépendante a baissé de 11 % de 2009-2010 à 2010-2011. Chez les télédiffuseurs, les productions maison ont également baissé au cours de la dernière année mais demeurent quand même plus élevées qu'avant 2008-2009. L'ONF est le seul secteur où la production a augmenté en 2010-2011.

Illustration 1-2 : Volume total de la production documentaire, par segment (indépendante, à l'interne, ONF)

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Indépendante / sociétés affiliées	290	310	350	380	357	375	413	436	379	336
Télédiffuseurs à l'interne	28	29	29	24	22	25	33	49	55	45
ONF	16	13	16	13	13	8	11	9	8	10
Total	**333**	**351**	**395**	**417**	**393**	**407**	**456**	**495**	**443**	**390**

Sources : BCPAC, CRTC et ONF.

Part de la production documentaire dans la production globale de contenu canadien

La production documentaire constitue une part très importante de la production de contenu canadien : elle était de 48 % de la production globale au cours des deux années précédentes et de 44 % en 2010-2011. Le nombre de projets documentaires a par ailleurs baissé de 23 % (134 projets de moins) depuis deux ans. De plus, bien que le nombre d'heures de contenu canadien ait augmenté en 2010-2011, le nombre d'heures de production documentaire a encore baissé de 28 % (555 heures de moins) depuis 2008-2009.

Illustration 1-3 : Part de la production documentaire dans la production globale de contenu canadien

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Volume										
Documentaires (en M $)	333	351	395	417	393	407	456	495	443	390
Production globale de contenu canadien (en M $)	1 996	2 071	1 993	2 012	2 274	2 477	2 466	2 620	2 434	2 404
Part	16,7 %	17,0 %	19,8 %	20,7 %	17,3 %	16,4 %	18,5 %	18,9 %	18,2 %	16,2 %
Nombre de projets										
Documentaires	555	577	658	647	620	609	637	591	584	457
Production globale de contenu canadien	1 210	1 304	1 294	1 386	1 432	1 447	1 433	1 238	1 208	1 042
Part	45,9 %	44,3 %	50,9 %	46,6 %	43,3 %	42,1 %	44,5 %	47,7 %	48,4 %	43,8 %
Heures										
Documentaires	1 772	1 764	1 853	1 957	1 717	1 761	2 244	2 000	1 691	1 445
Production globale de contenu canadien	8 738	10 022	9 009	9 532	9 137	9 724	9 575	9 477	7 317	7 646
Part	20,3 %	17,6 %	20,6 %	20,5 %	18,8 %	18,1 %	23,4 %	21,1 %	23,1 %	18,9 %

Sources : BCPAC, CRTC, ONF, APFA et calculs de Nordicité.
Note : les données sur le nombre de projets et les heures pour la période 2001-2002 à 2010-2011 incluent les montants pour les projets à l'interne de l'ONF. Pour les heures de la période 2001-2002 à 2005-2006, aucune donnée n'était disponible pour l'ONF; en conséquence, les calculs de Nordicité sont basés sur la durée moyenne des projets (en heures) pour la période 2006-2007 à 2010-2011.

Emploi (Emplois équivalents plein temps)

Étant donné la baisse de production documentaire, il n'est pas surprenant que le nombre d'emplois équivalant à des postes à temps plein (ETP) ait également baissé. Depuis 2004-2005, le nombre d'emplois ETP a chuté du tiers ; depuis 2008, il s'agit d'une baisse de 24 %, soit 4000 emplois perdus dans ce secteur.

Illustration 1-4 : Emplois (emplois équivalents temps plein : ETP)

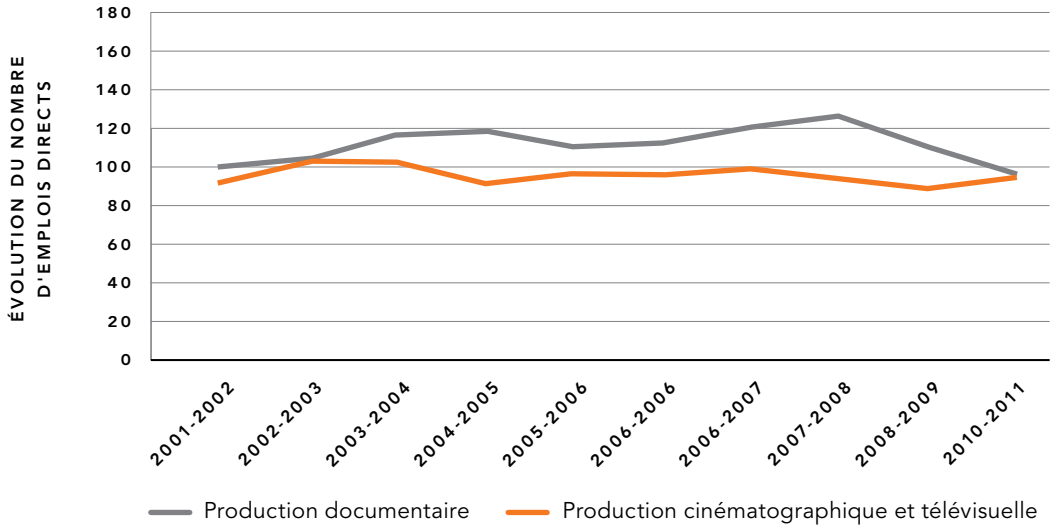
	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Emplois directs	5 000	5 200	5 800	5 900	5 500	5 600	6 000	6 300	5 500	4 800
Emplois indirects	9 900	10 200	11 400	11 700	10 800	10 900	9 300	9 700	8 500	7 300
Total	**14 900**	**15 400**	**17 200**	**17 600**	**16 300**	**16 500**	**15 300**	**16 000**	**14 000**	**12 100**

Sources : BCPAC, CRTC, ONF et Statistique Canada.

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS DIRECTS DANS LE MILIEU DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION

Comme le démontre le tableau ci-dessous, le nombre d'emplois créés en production documentaire depuis 2001-2002 dépassait le nombre global d'emplois créés dans le milieu du film et de la télévision canadien. À partir de 2008-2009, la tendance s'inverse, accusant une perte importante d'emplois dans le milieu du documentaire.

Illustration 1-5 : Évolution du nombre d'emplois directs en production cinématographique et télévisuelle



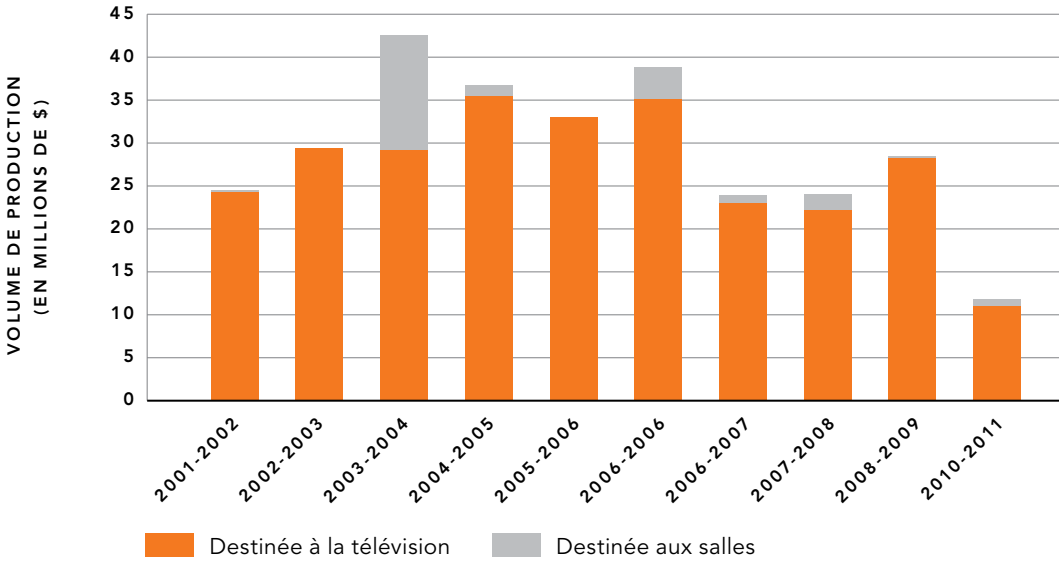
Sources : BCPAC, CRTC, ONF et Statistique Canada.

Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires

La valeur d'exportation mesure la demande pour la production documentaire canadienne à l'étranger. Elle représente la somme globale des préventes et des avances de distribution étrangères pour des émissions et des longs métrages canadiens.

Les documentaires canadiens sont applaudis à l'étranger et se vendent bien sur les marchés internationaux. Cependant, malgré une hausse de la valeur d'exportation en 2009-2010 par rapport aux deux années précédentes, les préventes à l'étranger et les avances de distribution fléchissent depuis 2006-2007. La valeur d'exportation a chuté de façon dramatique, de 57 % en 2010-2011 par rapport à l'année précédente, et de 71 % depuis 2003-2004.

Illustration 1-6 : Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires de longue durée, par catégorie.

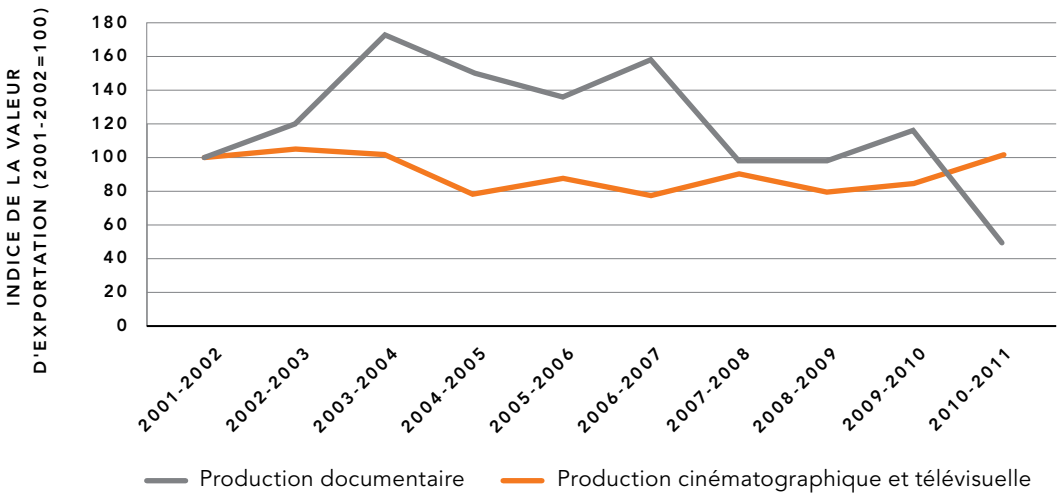


Sources : BCPAC et CRTC.

CROISSANCE DE LA VALEUR D'EXPORTATION DU DOCUMENTAIRE CANADIEN DE LONGUE DURÉE

La tendance des dix dernières années indique une fluctuation des valeurs d'exportation. Alors que la croissance des exportations de la production documentaire dépassait celle de la production cinématographique et télévisuelle canadienne au début des années 2000, la tendance s'est inversée depuis 2003-2004, et de façon encore plus marquée depuis 2006-2007.

Illustration 1-7 : Valeur d'exportation de la production canadienne de documentaires de longue durée



Sources : BCPAC et CRTC.

VUE D'ENSEMBLE DE L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION DOCUMENTAIRE AU CANADA EN 2010-2011

Malgré le déclin de la production documentaire en termes d'heures et de volume, ce secteur demeure vital dans l'industrie canadienne du film et de la télévision. Affichant 12 100 emplois directs ou indirects, la production documentaire a contribué à hauteur de 625 millions de dollars au produit national brut (PNB) en 2010-2011. Que ce soit sous l'angle culturel ou économique, le documentaire est une activité essentielle dans ce pays.

Illustration 1-8: Impact économique de la production documentaire au Canada en 2010-2011

		PRODUCTIONS INDÉPENDANTES ET AFFILIÉES	PRODUCTIONS À L'INTERNE ET ONF	TOTAL
Impact direct	Emplois (ETP)	4 100	700	**4 800**
	Revenus d'emploi (en millions de $)	168	27	**195**
	PIB (millions de $)	190	31	**221**
Impact dérivé	Emplois (ETP)	6 300	1 000	**7 300**
	Revenus d'emploi (en millions de $)	234	37	**272**
	PIB (en millions de $)	349	55	**405**
Total	Emplois (ETP)	10 400	1 700	**12 100**
	Revenus d'emploi (en millions de $)	402	65	**467**
	PIB (en millions de $)	539	86	**625**

Sources : BCPAC, CRTC, ONF et Statistique Canada.

PRODUCTION

Ce chapitre examine la production documentaire canadienne de plus près. Les données sont établies selon la langue, la région et la catégorie, dont le documentaire à épisode unique, les séries, les miniséries, les longs métrages et les coproductions internationales régies par un accord.

Évaluer la production documentaire canadienne n'est pas de tout repos. Plusieurs organismes sont impliqués dans cette production et ceux-ci ne définissent pas toujours le documentaire de la même façon. Cela dit, notre méthodologie présente un portrait vraisemblable de la situation actuelle. Pour en savoir plus sur les définitions utilisées par les agences culturelles, voir l'Annexe B – Définitions du documentaire.

VUE D'ENSEMBLE

La production documentaire globale, tous marchés confondus, a baissé de 23 % depuis 2008-2009. Cette baisse varie selon le marché linguistique, la région et la catégorie, comme l'indiquent les tableaux suivants :

Illustration 2-1 : Volume total de production documentaire indépendante, selon la langue (en M $)

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Langue anglaise	196	211	246	280	234	267	315	334	278	249
Langue française	79	79	84	80	103	91	90	96	97	85
Autre langue	14	20	20	20	21	17	8	6	4	2
Total	**290**	**310**	**350**	**380**	**357**	**375**	**413**	**436**	**379**	**336**

Sources : BCPAC et CRTC.

Production de documentaires indépendants de langue anglaise

Dans l'ensemble, la production documentaire de langue anglaise atteint un sommet en 2004-2005, fléchit au cours des deux années subséquentes et remonte en 2008-2009. Par contre, la production a énormément baissé depuis, une chute de plus de 25 %, soit l'équivalent de 85 millions de dollars.

Depuis son apogée en 2007-2008, le nombre total de projets et d'heures documentaires a décliné de façon importante, atteignant son plus bas niveau en 10 ans en 2010-2011. Depuis 2008-2009, le nombre de projets a baissé de 31 % (à 242 projets) et le nombre d'heures de 30 % (à 815 heures) en 2010-2011.

Depuis 2008-2009, le nombre total d'heures et de projets a baissé plus vite que l'ensemble du volume de production documentaire. En d'autres termes, le nombre de projets et d'heures a diminué alors que les budgets, eux, ont augmenté.

Au cours des trois dernières années (de 2008-2009 à 2010-2011), la production documentaire en région a baissé systématiquement. L'Ontario accuse les plus grandes pertes (64 millions de dollars). Les provinces de l'Atlantique ainsi que la Saskatchewan et le Manitoba ont subi la plus grande baisse en pourcentage, allant de 43 % à 75 % dans les provinces de l'Est. Le Québec et l'Alberta ont tous deux perdu plus de 25 % de leur volume de production. Alors que la Colombie-Britannique subissait une baisse de production durant les deux années précédentes, elle est la seule province qui ait augmenté sa production en 2010-2011.

Illustration 2-2 : Volume total de production documentaire indépendante de langue anglaise, selon la région (en M $)

VOLUME TOTAL (EN M $)	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	20	28	10	18	15	13	14	12	8	3
Québec	29	25	47	53	54	49	69	33	35	24
Ontario	96	101	137	125	111	137	163	216	163	152
Manitoba	2	6	6	11	5	10	7	7	11	4
Saskatchewan	11	7	8	8	6	9	12	8	4	4
Alberta	8	16	12	15	19	10	15	16	17	12
C.-B. et Territoires	31	27	26	48	24	40	34	43	39	50
Total	**196**	**211**	**246**	**280**	**234**	**267**	**315**	**334**	**278**	**249**

NOMBRE DE PROJETS	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	21	34	27	28	26	19	22	20	20	9
Québec	25	27	50	44	36	34	50	27	19	26
Ontario	184	179	186	175	164	172	204	200	163	121
Manitoba	7	11	12	27	19	20	18	20	29	20
Saskatchewan	17	26	20	22	21	26	20	19	13	8
Alberta	21	28	29	35	43	21	27	16	21	17
C.-B. et Territoires	66	58	61	57	50	60	49	50	63	41
Total	**342**	**362**	**385**	**389**	**358**	**352**	**391**	**352**	**328**	**242**

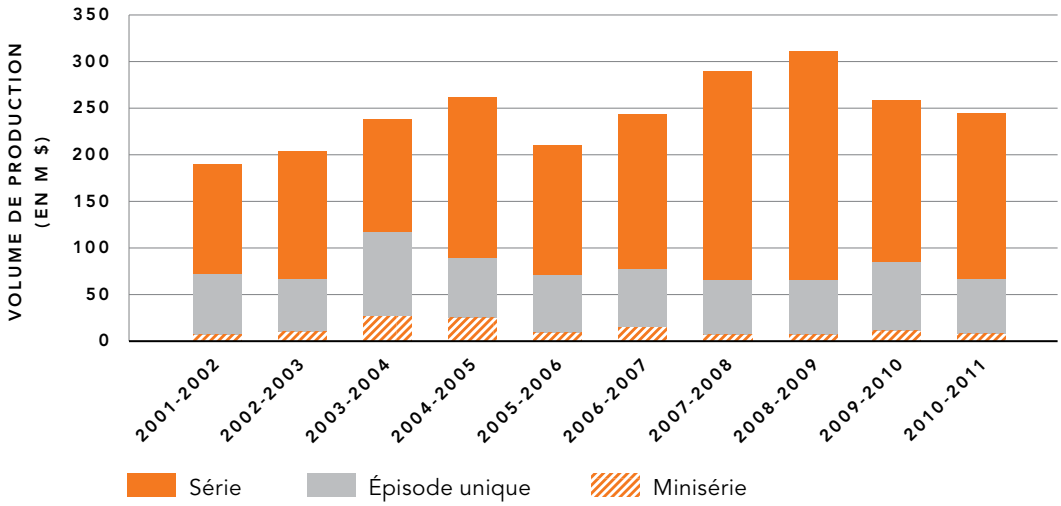
NOMBRE D'HEURES	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	48	73	44	74	55	44	68	58	33	24
Québec	63	106	128	181	112	145	209	73	30	70
Ontario	578	535	597	537	462	538	853	765	592	477
Manitoba	19	32	34	61	23	79	35	26	68	30
Saskatchewan	84	48	63	97	53	80	95	53	18	26
Alberta	119	82	61	76	102	46	116	58	55	65
C.-B. et Territoires	160	144	108	129	117	130	119	137	139	123
Total	**1 071**	**1 021**	**1 034**	**1 155**	**924**	**1 061**	**1 496**	**1 170**	**936**	**815**

Sources : BCPAC et CRTC.

VOLUME DE PRODUCTION POUR LA TÉLÉVISION DE LANGUE ANGLAISE, SELON LA CATÉGORIE

Les séries télévisées représentent 73 % de la production documentaire pour la télévision de langue anglaise. Dans cette catégorie, on note une baisse de 27 % depuis 2008-2009. La production de miniséries et de documentaires à épisode unique, très fluctuante au cours des 10 dernières années, se retrouve au creux de la vague en 2010-2011.

Illustration 2-3 : Volume de production pour la télévision de langue anglaise, selon la catégorie (en M $)



Sources : BCPAC et CRTC.

DOCUMENTAIRES À ÉPISODE UNIQUE ET SÉRIES DOCUMENTAIRES POUR LA TÉLÉVISION DE LANGUE ANGLAISE, SELON LA RÉGION

La production de miniséries n'étant pas suffisante pour une analyse par région, nous nous concentrons sur les séries documentaires et les documentaires à épisode unique, ce qui constituent la majorité de la production télévisuelle.

Illustration 2-4 : Sommaire sur cinq ans – Documentaires à épisode unique et séries documentaires pour la télévision de langue anglaise, selon la région

ÉPISODE UNIQUE	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%
Ontario	27	44,5 %	29	49,1 %	33	58,0,%	23	31,9 %	30	51,3 %
Québec	11	17,2 %	9	15,2 %	5	9,2 %	26	35,0 %	12	20,9 %
C.-B. et Territoires	12	20,2 %	13	21,4 %	10	17,2 %	13	18,0 %	10	16,5 %
Provinces des Prairies	8	12,7 %	6	9,4 %	7	12,4 %	9	12,1 %	5	8,9 %
Canada atlantique	3	5,4 %	3	5,0 %	2	3,3 %	2	2,9 %	1	2,4 %
Total	**62**	**100,0 %**	**59**	**100,0 %**	**58**	**100,0 %**	**73**	**100,0 %**	**58**	**100,0 %**

SÉRIES	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%
Ontario	83	50,3 %	115	51,3 %	168	68,3 %	121	69,5 %	114	63,7 %
C.-B. et Territoires	22	13,3 %	20	8,9 %	27	11,0 %	24	13,8 %	40	22,3 %
Québec	37	22,4 %	52	23,2 %	21	8,5 %	3	1,7 %	12	6,7 %
Canada atlantique*	8	4,8 %	11	4,9 %	9	3,7 %	4	2,3 %	n/a*	n/a*
Manitoba et Saskatchewan	12	7,3 %	15	6,7 %	8	3,3 %	10	5,7 %	3	1,7 %
Alberta	3	1,8 %	11	4,9 %	13	5,3 %	12	6,9 %	10	5,6 %
Total	**165**	**100,0 %**	**224**	**100,0 %**	**246**	**100,0 %**	**174**	**100,0 %**	**179**	**100,0 %**

Sources : BCPAC et CRTC.
*Nombre insuffisant de projets disponibles certaines années pour pouvoir identifier les catégories.

La production de documentaires à épisode unique de langue anglaise a culminé en 2009-2010. Elle a baissé de 21 % (à 58 millions de dollars) en 2010-2011. Sauf pour l'Ontario, toutes les régions, notamment le Québec, ont connu une baisse de production en 2010-2011. Cela dit, l'année 2009-2010 a été exceptionnelle pour la production documentaire québécoise de langue anglaise. Sur une période de cinq ans, l'Ontario se démarque pour la croissance de sa production de documentaires à épisode unique : elle passe de 44,5 % en 2006-2007 à 51,3 % en 2010-2011, après un léger fléchissement en 2009-2010.

Pour ce qui est des séries documentaires de langue anglaise, la production est à la baisse depuis 2008-2009, alors qu'elle atteignait, en 2010-2011, 246 millions de dollars, accusant une baisse de 27 % (179 millions de dollars). L'Ontario, encore une fois, se démarque et

passe de 50 % de la production globale en 2006-2007 à 64 % en 2010-2011, atteignant jusqu'à 70 % en 2009-2010. Bonnes nouvelles également pour la Colombie-Britannique et, dans une moindre mesure, pour le Québec, qui ont tous deux augmenté leur pourcentage du volume de production. Les autres régions ont toutes subi une baisse de production de séries documentaires pour la même période. À noter que la Colombie-Britannique et le Québec ont tous deux pu bénéficier de la *Mesure incitative pour la production de langue anglaise* du FMC.

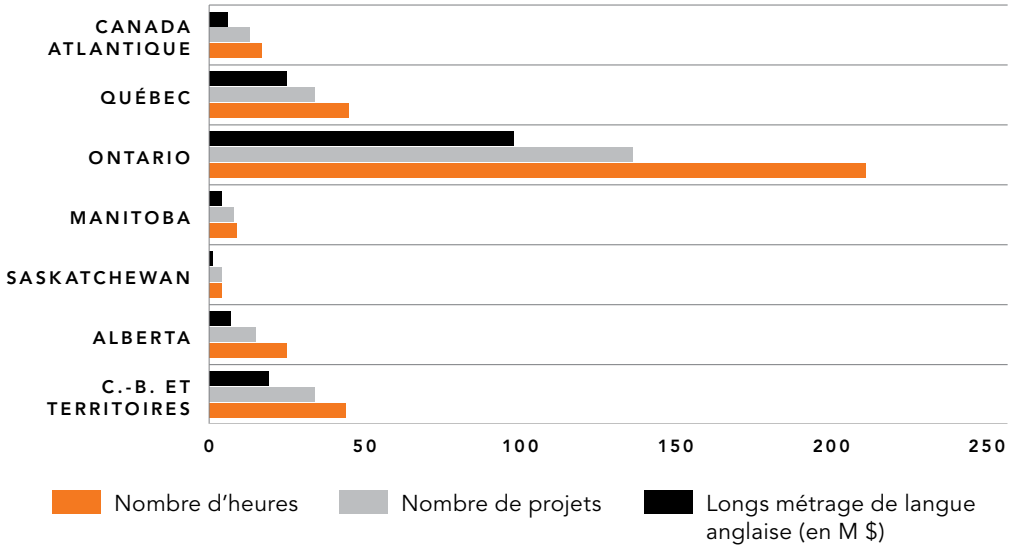
LONGS MÉTRAGES DOCUMENTAIRES DE LANGUE ANGLAISE

Pour le long métrage documentaire de langue anglaise, il y a eu une baisse vertigineuse en 2010-2011. Des recettes d'environ 23 millions de dollars au cours des cinq années précédentes ont fondu à 4 millions de dollars en 2010-2011. Le nombre d'heures et de projets a aussi diminué de façon significative. En 10 ans, depuis 2001-2002, l'Ontario a produit 61 % des longs métrages documentaires tandis que la Colombie-Britannique et le Québec en ont produit 28 %.

Illustration 2-5 : Volume de production de longs métrages documentaires de langue anglaise

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Longs métrages de langue anglaise	7	6	7	18	24	23	24	23	20	4
Nombre de projets	14	14	20	26	33	34	35	30	27	8
Nombre d'heures	20	22	29	39	50	56	50	42	36	11

Total sur 10 ans



Sources : BCPAC et CRTC.
Note : les chiffres étant trop petits pour être ventilés selon la province, ils ont été amalgamés dans les totaux.
Note : les différences de méthodologies et de calendriers peuvent avoir pour effet de réduire les données sur les longs métrages documentaires des plus récentes années.

COPRODUCTIONS INTERNATIONALES RÉGIES PAR UN ACCORD, EN LANGUE ANGLAISE

Après une hausse significative en 2008-2009, les coproductions documentaires de langue anglaise ont diminué de façon importante en 2010-2011, totalisant moins de 13 millions de dollars. De façon générale, la production de ce type de documentaire est insuffisante pour qu'on puisse en faire l'analyse statistique mais en 2009-2010 et 2010-2011, on note une contribution financière canadienne de 1,1 million de dollars.

Les données qui suivent ont été fournies directement par Téléfilm Canada, l'agence responsable de la certification de coproductions internationales de longs métrages et d'émissions télévisuelles régis par des accords. C'est pourquoi ces données ne figurent pas dans les tableaux antérieurs.

Illustration 2-6 : Volume total de coproductions internationales documentaires pour la télévision de langue anglaise entre pays régis par un accord

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Participation canadienne (en M $)	15,3	14,4	7,9	13,5	22,2	9,2	16,2	31,0	14,9	12,9
Participation étrangère (en M $)	13,1	17,9	11,4	17,8	23,5	12,7	21,6	32,2	13,9	13,6
Budget total (en M $)	28,4	32,2	19,3	31,2	45,7	21,9	37,7	63,2	28,8	26,6
Nombre de projets	24	28	17	20	21	13	17	26	12	15
Nombre d'heures	60	71	40	44	87	42	76	117	51	32

Source : Téléfilm Canada.

Illustration 2-7 : Volume total de coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue anglaise entre pays régis par un accord

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Participation canadienne (en M $)	0.0	0.0	x	0.0	x	0.0	x	0.0	0.7	1.1
Participation étrangère (en M $)	0.0	0.0		0.0	x	0.0	x	0.0	3.0	2.6
Budget total (en M $)	0	0	x	0	x	0	x	0	3	3
Nombre de projets	0	0	x	0	x	0	x	0	4	4
Nombre d'heures	0	0	x	0	x	0	x	0	4	4

Source : Téléfilm Canada.
Note : un « x » dans les tableaux indique que trop peu de projets étaient disponibles pour faire l'objet d'un suivi distinct certaines années.

Production de documentaires indépendants de langue française

La production documentaire indépendante de langue française a connu sa meilleure période en 2005-2006. Depuis, malgré un sommet en 2008-2009 et en 2009-2010, cette production a chuté de 18 %. Entre 2009-2010 et 2010-2011, elle est passée de 97 millions à 85 millions de dollars.

Le nombre de projets a également diminué depuis 2005-2006, malgré la remontée indiquée plus haut (2008-2009 et 2009-2010). Entre 2005-2006 et 2010-2011, les projets ont diminué de 28 %. Le nombre d'heures a connu aussi des fluctuations entre 2005-2006 et 2009-2010, atteignant un sommet en 2008-2009 mais accusant un déclin de 13 % entre 2005-2006 et 2010-2011. Pour cette dernière année, le nombre d'heures et de projets a atteint son plus bas niveau en 10 ans.

Depuis 2005-2006, on constate une baisse plus marquée du nombre de projets par rapport au volume global de production documentaire, donc une diminution de projets réalisés. Parallèlement, le nombre total des heures a moins diminué que le volume de production, ce qui indique que les producteurs de langue française augmentent le nombre d'heures par projet tout en bénéficiant de moins d'argent. Une situation qui se distingue du marché de langue anglaise. En Ontario, la production (en langue anglaise) de 2010-2011 est de 477 heures pour 121 projets, totalisant 152 millions de dollars. Alors qu'au Québec, on fait plus avec moins : la production de langue française est de 502 heures pour 121 projets, totalisant 67 millions de dollars.

Illustration 2-8 : Volume total de production documentaire indépendante de langue française, selon la région

VOLUME TOTAL (EN M $)	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	3	4	3	x	3	4	5	4	6	5
Québec	68	71	72	67	92	77	78	84	82	67
Ontario	3	4	3	7	5	5	2	3	5	9
Ouest et Territoires	5	0	6	x	2	4	5	5	4	4
Total	**79**	**79**	**84**	**80**	**103**	**91**	**90**	**96**	**97**	**85**

NOMBRE DE PROJETS	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	6	6	7	x	8	11	16	12	15	13
Québec	138	145	166	161	184	153	150	175	170	121
Ontario	5	5	6	13	11	7	5	6	7	12
Ouest et Territoires	7	0	10	x	5	6	6	4	6	4
Total	**156**	**155**	**188**	**191**	**208**	**176**	**177**	**196**	**198**	**149**

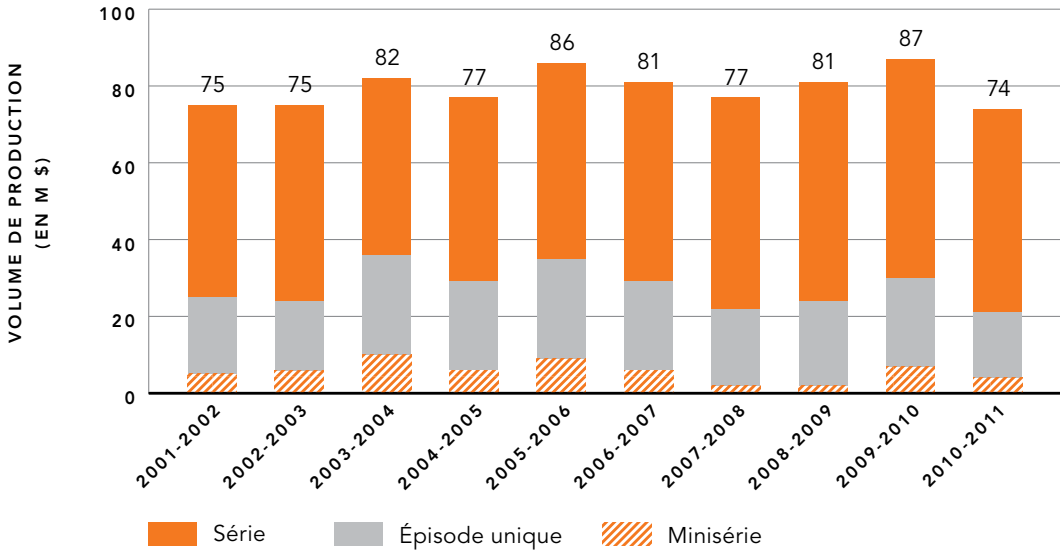
NOMBRE D'HEURES	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Canada atlantique	12	13	17	x	13	16	21	15	42	41
Québec	577	622	639	608	636	540	627	699	619	502
Ontario	13	34	24	53	41	36	11	18	34	43
Ouest et Territoires	22	0	21	x	6	21	32	23	16	23
Total	**625**	**668**	**701**	**688**	**696**	**613**	**691**	**755**	**711**	**609**

Sources : BCPAC et CRTC.
Note : un « x » dans les tableaux indique que trop peu de projets étaient disponibles pour faire l'objet d'un suivi distinct certaines années.

DOCUMENTAIRES POUR LA TÉLÉVISION DE LANGUE FRANÇAISE

La production de documentaires de langue française, toutes catégories confondues, a baissé de 2009-2010 à 2010-2011. Les miniséries se sont montrées très fluctuantes avant de sombrer en 2010-2011. Les documentaires à épisode unique ont réussi à maintenir un niveau d'environ 23 millions de dollars au cours des cinq années précédentes mais ont piqué de nez en 2010-2011, perdant 6 millions de dollars par rapport à l'année précédente. Cela dit, le déclin général du marché de langue française depuis 2008-2009 est moindre que celui de langue anglaise : 9 % comparativement à 25 % chez ce dernier.

Illustration 2-9 : Volume de production pour la téévision de langue française, selon la catégorie (en M $)



Sources : BCPAC et CRTC.

DOCUMENTAIRES À ÉPISODE UNIQUE ET SÉRIES DOCUMENTAIRES POUR LA TÉLÉVISION DE LANGUE FRANÇAISE

Il n'existe pas suffisamment de projets à l'extérieur du Québec pour permettre une analyse par province. Ces projets sont donc regroupés sous la catégorie « Francophonie canadienne ». De la même façon, les miniséries de langue française sont trop rares pour pouvoir les répertorier.

Illustration 2-10 : Sommaire sur cinq ans – Documentaires à épisode unique et séries documentaires pour la télévision de langue française, selon la région

ÉPISODE UNIQUE	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%
Québec	19	82,7 %	16	78,7 %	18	83,0 %	19	84,8 %	13	76,2 %
Francophonie canadienne	4	17,3 %	4	21,3 %	4	17,0 %	3	15,2 %	4	23,8 %
Total	**23**	**100,0 %**	**20**	**100,0 %**	**22**	**100,0 %**	**23**	**100,0 %**	**17**	**100,0 %**

SÉRIES	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%
Québec	45	86,2 %	47	86,2 %	49	86,0 %	48	84,3 %	39	74,3 %
Francophonie canadienne	7	13,8 %	8	13,8 %	8	14,0 %	9	15,7 %	14	25,7 %
Total	**52**	**100,0 %**	**55**	**100,0 %**	**57**	**100,0 %**	**57**	**100,0 %**	**53**	**100,0 %**

Sources : BCPAC et CRTC.

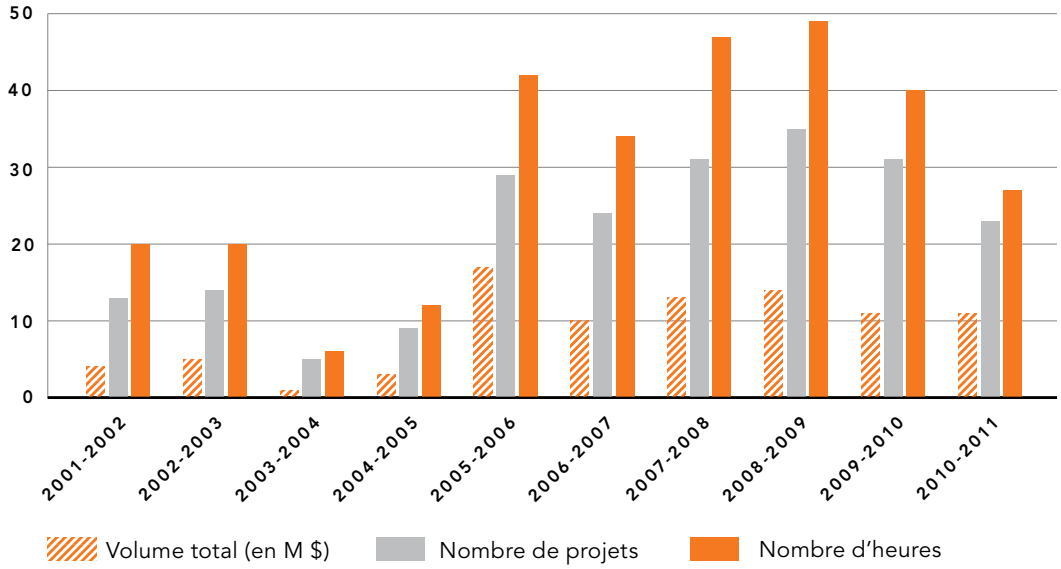
Après s'être maintenue au même niveau pendant les quatre années antérieures, la production de documentaires à épisode unique a baissé de 26 % en 2010-2011, passant de 23 millions à 17 millions de dollars. Par conséquent, le pourcentage de productions franco-canadiennes monte substantiellement en 2010-2011.

Situation analogue pour les séries documentaires : elles se maintiennent en 2008-2009 et en 2009-202010 et baissent en 2010-2011, passant de 57 millions à 53 millions de dollars. Les séries documentaires franco-canadiennes, par contre, ont beaucoup augmenté en 2010-2011, passant de 16 % l'année d'avant à 26 % en 2010-2011. La production de séries documentaire au Québec passe donc de 84 % à 74 % de la production globale de séries documentaires de langue française.

LONGS MÉTRAGES DOCUMENTAIRES DE LANGUE FRANÇAISE

Analysée sur 10 ans, la production globale de longs métrages documentaires de langue française varie beaucoup. Le volume de production s'est passablement maintenu en 2010-2011 mais a baissé de 26 % de 2008-2009 à 2009-2010. Si le volume de production s'est maintenu en 2010-2011, le nombre de projets et d'heures consacrés au documentaire a beaucoup diminué.

Illustration 2-11 : Volume total de production de longs métrages documentaires de langue française



Sources : BCPAC et CRTC.
Note : trop peu de projets pour permettre une ventilation par région.
Note : les différences de méthodologies et de calendriers peuvent avoir pour effet de réduire les chiffres concernant les longs métrages documentaires des plus récentes années.

COPRODUCTIONS INTERNATIONALES DE LANGUE FRANÇAISE RÉGIES PAR UN ACCORD

Ce type de production accuse d'énormes fluctuations : il n'y a eu que quatre coproductions en 2010 comparativement à neuf l'année précédente. Les données suivantes ont été fournies par Téléfilm Canada. Par conséquent, ces chiffres ne sont pas inclus dans les tableaux antérieurs.

Illustration 2-12 : Volume total de coproductions internationales documentaires pour la télévision de langue française entre pays régis par un accord

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Participation canadienne (en M $)	5,8	11,6	2,0	3,2	5,6	4,1	2,7	1,6	7,3	2,5
Participation étrangère (en M $)	5,2	13,0	2,7	6,5	7,5	3,4	1,2	1,5	6,5	1,9
Budget total (en M $)	11,0	24,6	4,7	9,7	13,1	7,5	4,0	3,0	12,8	4,2
Nombre de projets	8	19	8	11	8	7	4	4	9	4
Nombre d'heures	23	39	8	35	13	9	5	4	36	6

Source : Téléfilm Canada.
Note : aucune donnée rapportée par Téléfilm pour les longs métrages documentaires de langue française coproduits entre pays liés par un accord.

Production de documentaires indépendants dans une autre langue

La production de documentaires indépendants dans une langue autre que l'anglais ou le français est en chute libre depuis 2005-2006. Les revenus de 21 millions de dollars enregistrés à ce moment-là ont fondu à 2 millions de dollars en 2010-2011. Le nombre de projets et d'heures a également beaucoup diminué : seulement cinq projets et un total de sept heures en 2010-2011, le plus bas niveau de production en 10 ans.

Illustration 2-13 : Volume total de production documentaire indépendante dans une autre langue

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Volume total ($)	13	20	20	20	21	17	8	6	4	2
Nombre de projets	20	31	38	31	15	26	14	11	11	5
Nombre d'heures	54	58	92	94	75	61	27	38	24	7

Sources : BCPAC et CRTC.

BUDGETS ET FINANCEMENT

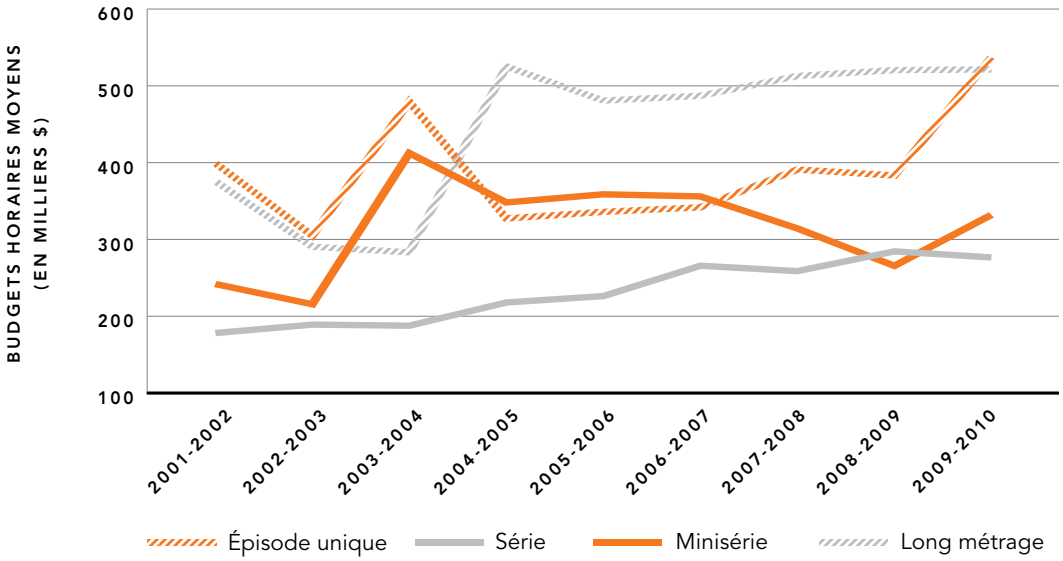
BUDGETS

Tendances budgétaires – documentaires de langue anglaise

Le budget moyen pour les productions documentaires de langue anglaise en 2010-2011 va de 240 000 $/heure, pour les miniséries, à 421 000 $ pour les documentaires à épisode unique. Le montant horaire pour les miniséries est à son plus bas depuis 2002-2003. Le budget moyen pour les séries documentaires, par contre, a augmenté au cours des dernières années pour atteindre 306 000 $ en 2010-2011, soit une augmentation de 11 % par rapport à l'année précédente. Pour les documentaires à épisode unique, la moyenne budgétaire est à la baisse en 2010-2011 (421 000 $) comparativement au sommet atteint en 2009-2010 (537 000 $). Il s'agit quand même d'une hausse par rapport aux années antérieures. Bref, même si le volume de production a baissé au cours des dernières années, le budget moyen, tant pour les séries que pour les documentaires à épisode unique, a eu tendance à augmenter.

Traditionnellement, les longs métrages documentaires reçoivent plus d'argent que les autres catégories, mais la tendance tend à disparaître depuis deux ans. En 2010-2011, le budget moyen du long métrage documentaire n'est plus que de 371 000 $.

Illustration 3-1 : Budgets horaires moyens – toutes catégories confondues de langue anglaise



Source : BCPAC.

DISTRIBUTION DES BUDGETS HORAIRES

Les budgets horaires indiquent le niveau du budget médian dans chaque catégorie, alors que la distribution de budgets horaires montre la variation et l'étendue budgétaire qui existent à l'intérieur des différents catégories de la production documentaire.

En 2010-2011, les miniséries se retrouvent au bas de l'échelle, avec 100 % de leur budgets sous la barre du 500 000 $/heure. Auparavant, de 11 à 39 % des miniséries avait un budget supérieur à 500 000 $/heure.

Illustration 3-2 : Distribution des budgets horaires – miniséries de langue anglaise

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	0 %	0 %	5 %	10 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
750 000 $ à 999 999 $	0 %	0 %	9 %	0 %	14 %	0 %	0 %	11 %	8 %	0 %
500 000 $ à 749 999 $	8 %	7 %	14 %	10 %	0 %	23 %	11 %	11 %	31 %	0 %
250 000 $ à 499 999 $	33 %	13 %	41 %	38 %	43 %	54 %	44 %	11 %	8 %	44 %
100 000 $ à 249 999 $	50 %	67 %	23 %	33 %	29 %	15 %	44 %	22 %	23 %	22 %
Moins de 100 000 $	8 %	13 %	9 %	10 %	14 %	8 %	0 %	44 %	31 %	33 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Pour les documentaires à épisode unique, la tendance est à la hausse. En 2010-2011, il y a plus de documentaires à budget moyen (entre 250 000 $ et 750 000 $/heure) qu'auparavant, et plus de documentaires à budget plus élevé (750 000 $/heure).

Illustration 3-3 : Distribution des budgets horaires – documentaires à épisode unique de langue anglaise

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	4 %	2 %	3 %	2 %	1 %	2 %	3 %	3 %	2 %	3 %
750 000 $ à 999 999 $	1 %	2 %	3 %	2 %	5 %	7 %	8 %	5 %	6 %	8 %
500 000 $ à 749 999 $	13 %	11 %	13 %	14 %	13 %	10 %	13 %	17 %	16 %	25 %
250 000 $ à 499 999 $	36 %	33 %	40 %	39 %	34 %	35 %	35 %	38 %	33 %	31 %
100 000 $ à 249 999 $	42 %	44 %	34 %	34 %	41 %	36 %	35 %	29 %	31 %	27 %
Moins de 100 000 $	3 %	8 %	8 %	8 %	6 %	10 %	6 %	8 %	11 %	6 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source: CAVCO

Mais ce sont les séries documentaires qui connaissent la hausse la plus marquée en 2010-2011, notamment celles de la tranche médiane (entre 100 000 $ et 499 000 $/heure).

Illustration 3-4 : Distribution des budgets horaires – séries de langue anglaise

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	1 %	0 %	0 %	2 %	1 %	3 %	1 %	2 %	1 %	1 %
750 000 $ à 999 999 $	2 %	1 %	0 %	1 %	0 %	2 %	0 %	1 %	1 %	1 %
500 000 $ à 749 999 $	1 %	2 %	2 %	2 %	8 %	9 %	7 %	11 %	8 %	9 %
250 000 $ à 499 999 $	17 %	20 %	27 %	26 %	18 %	26 %	26 %	37 %	34 %	39 %
100 000 $ à 249 999 $	46 %	53 %	43 %	39 %	41 %	33 %	37 %	29 %	31 %	33 %
Moins de 100 000 $	33 %	25 %	28 %	30 %	33 %	28 %	30 %	21 %	25 %	16 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Pour les longs métrages documentaires, la tendance est essentiellement à la baisse. En 2010-2011, 57 % des budgets horaires se retrouvent dans la tranche des 100 000 $-249 000 $, une baisse notable par rapport aux années précédentes.

Illustration 3-5 : Distribution des budgets horaires – longs métrages de langue anglaise

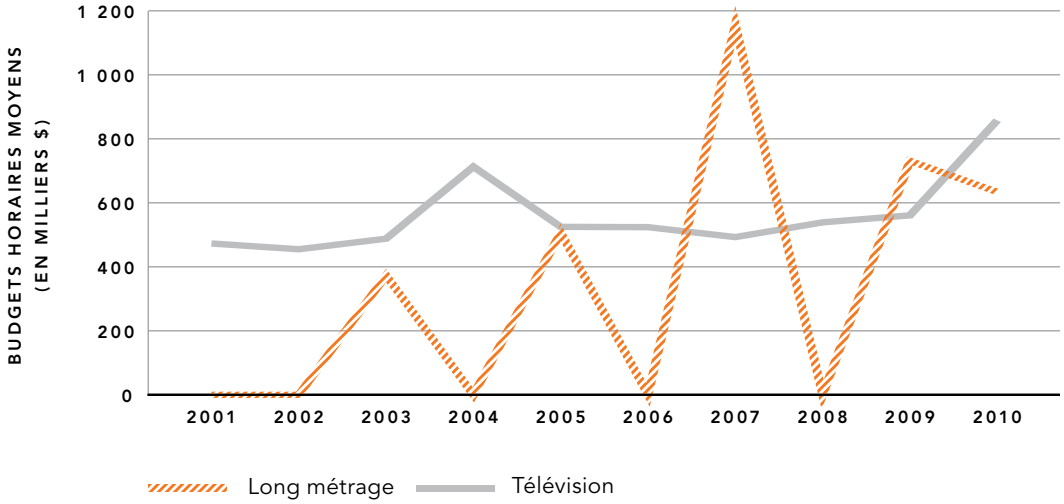
	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	8 %	0 %	0 %	9 %	11 %	7 %	6 %	11 %	8 %	0 %
750 000 $ à 999 999 $	0 %	0 %	0 %	9 %	0 %	20 %	16 %	11 %	8 %	14 %
500 000 $ à 749 999 $	25 %	8 %	12 %	17 %	7 %	10 %	26 %	22 %	21 %	14 %
250 000 $ à 499 999 $	17 %	58 %	35 %	35 %	37 %	27 %	23 %	26 %	42 %	14 %
100 000 $ à 249 999 $	33 %	33 %	47 %	22 %	41 %	30 %	26 %	26 %	21 %	57 %
Moins de 100 000 $	17 %	0 %	6 %	9 %	4 %	7 %	3 %	4 %	0 %	0 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

BUDGETS HORAIRES – COPRODUCTIONS INTERNATIONALES DE LANGUE ANGLAISE RÉGIES PAR UN ACCORD

Les budgets horaires, pour ces coproductions, varient selon la catégorie. Pour les coproductions de longs métrages, malgré une certaine fluctuation d'année en année, la tendance est à la baisse. Pour les coproductions télévisuelles, c'est le contraire : on note une certaine augmentation depuis 2007-2008 et une nette remontée entre 2009-2010 (561 000 $/heure) et 2010-2011 (858 000 $/heure).

Illustration 3-6 : Budgets horaires moyens – coproductions internationales de langue anglaise régies par un accord, toutes catégories confondues (en milliers de $)



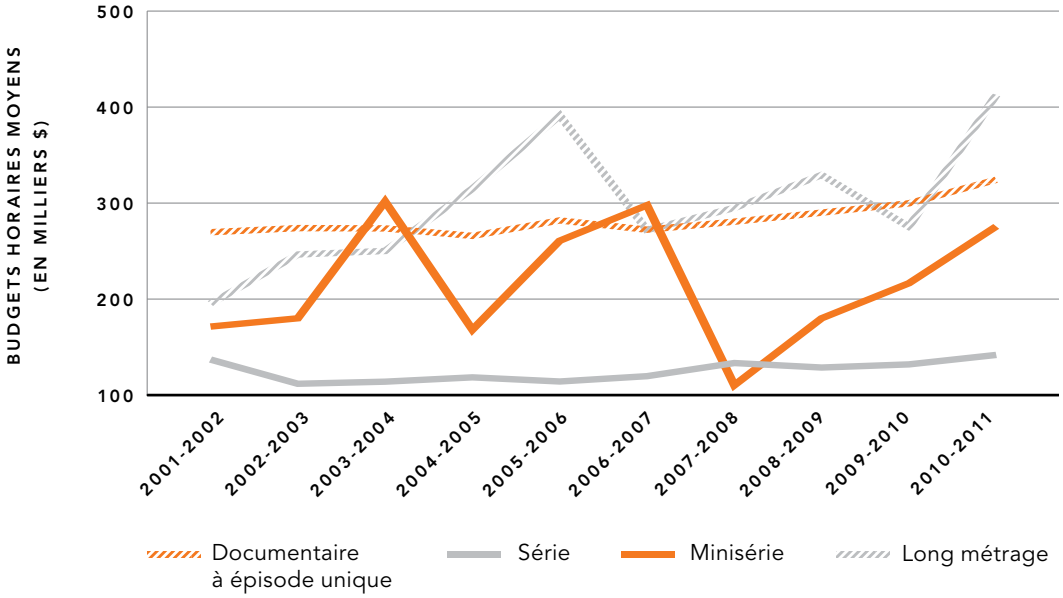
Source : Téléfilm Canada.

Tendances budgétaires – documentaires de langue française

Les budgets horaires, pour ce marché, ont augmenté pour l'ensemble des catégories en 2010-2011. Pour les séries et les documentaires à épisode unique, on note une augmentation constante depuis 2005-2006, atteignant un point culminant en 2010-2011. Cela dit, ces budgets sont inférieurs aux budgets alloués, dans les mêmes catégories, pour le marché de langue anglaise. Parallèlement à ce marché, la production documentaire globale de langue française a baissé, alors que le budget horaire moyen a augmenté.

Après un déclin marqué, les budgets de longs métrages ont sensiblement augmenté en 2010-2011.

Illustration 3-7 : Budgets horaires moyens – toutes catégories confondues de langue française (en milliers $)



Source : BCPAC.

DISTRIBUTION DES BUDGETS HORAIRES

Les données concernant les miniséries de langue française sont insuffisantes pour pouvoir les répertorier selon le budget.

Les budgets des documentaires à épisode unique de langue française sont à la hausse depuis trois ans, particulièrement dans la tranche 250 000 $-499 999 $/heure. On note aussi une augmentation du nombre d'heures dans la tranche 500 000 $-749 999 $/heure.

Illustration 3-8 : Distribution des budgets horaires – documentaires à épisode unique de langue française

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
750 000 $ à 999 999 $	2 %	3 %	0 %	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	0 %	0 %
500 000 $ à 749 999 $	9 %	3 %	9 %	8 %	6 %	4 %	11 %	7 %	7 %	11 %
250 000 $ à 499 999 $	39 %	47 %	42 %	47 %	49 %	47 %	42 %	49 %	53 %	61 %
100 000 $ à 249 999 $	35 %	32 %	33 %	28 %	35 %	34 %	31 %	31 %	37 %	27 %
Moins de 100 000 $	15 %	15 %	15 %	17 %	9 %	13 %	14 %	11 %	3 %	0 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source: CAVCO

Les budgets pour les séries documentaires de langue française ont augmenté de façon globale, surtout à cause du nombre plus élevé de projets à gros budgets. Dans la tranche médiane (100 000 $-249 000 $), par contre, les projets accusent une baisse de 8 % entre 2009-2010 et 2010-2011. En contrepartie, les projets sous les 100 000 $ augmentent de 39 à 43 % en 2010-2011.

Illustration 3-9 : Distribution des budgets horaires – séries de langue française

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
750 000 à 999 999 $	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %	0 %	0 %
500 000 à 749 999 $	2 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	2 %
250 000 à 499 999 $	18 %	8 %	7 %	7 %	5 %	6 %	8 %	8 %	8 %	10 %
100 000 à 249 999 $	20 %	27 %	32 %	44 %	48 %	49 %	53 %	46 %	53 %	45 %
Moins de 100 000 $	59 %	65 %	61 %	49 %	47 %	45 %	39 %	44 %	39 %	43 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Le pourcentage de longs métrages documentaires de langue française a par ailleurs augmenté de beaucoup dans la tranche 250 000 $-499 999 $. Il y a également augmentation, mais moindre, à l'échelle des 500 000 $-749 999 $.

Illustration 3-10 : Distribution des budgets horaires – longs métrages de langue française

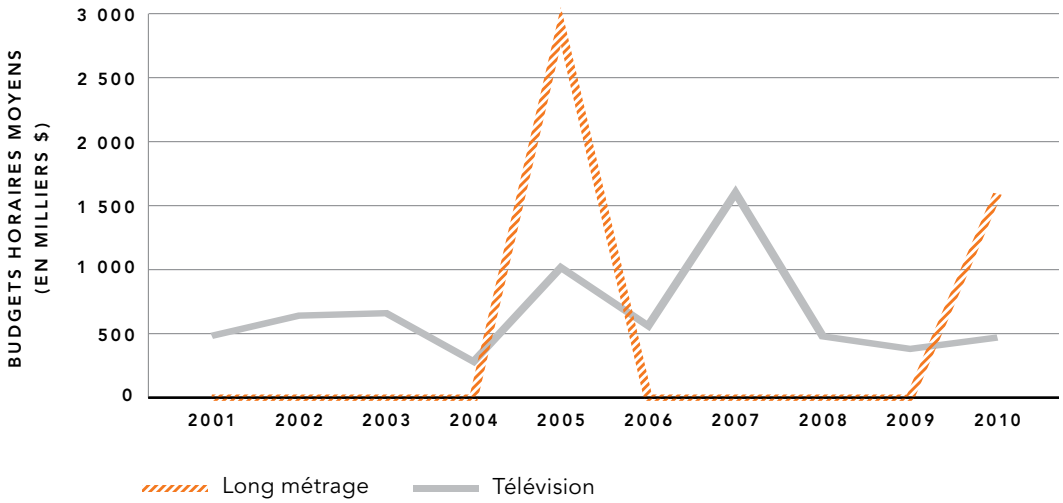
	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
1 000 000 $ et plus	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	0 %	0 %	6 %	0 %	6 %
750 000 à 999 999 $	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	10 %	0 %	0 %	0 %	0 %
500 000 à 749 999 $	0 %	0 %	25 %	13 %	20 %	5 %	15 %	6 %	7 %	11 %
250 000 à 499 999 $	36 %	42 %	0 %	50 %	44 %	14 %	41 %	39 %	37 %	67 %
100 000 à 249 999 $	36 %	50 %	50 %	25 %	20 %	48 %	41 %	39 %	52 %	17 %
Moins de 100 000 $	27 %	8 %	25 %	13 %	8 %	24 %	4 %	10 %	4 %	0 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source: CAVCO

BUDGETS HORAIRES DES COPRODUCTIONS INTERNATIONALES DE LANGUE FRANÇAISE RÉGIES PAR UN ACCORD

Bien que le nombre de coproductions destinées à la télévision ait dépassé celui des longs métrages en salle, le budget horaire moyen pour ces deux catégories a connu d'importantes fluctuations au cours des 10 dernières années.

Illustration 3-11 : Budgets horaires moyens – coproductions internationales de langue française régies par un accord, toutes catégories confondues (en milliers de $)



Source : Téléfilm Canada.

FINANCEMENT

La section qui suit expose sommairement les structures financières du documentaire des deux marchés linguistiques, et examine ses principales sources de financement dont les droits de diffusion, les crédits d'impôt et les subventions gouvernementales.

Financement de la production de langue anglaise

Compte tenu de la baisse de production de documentaires de langue anglaise dans son ensemble depuis 2008-2009, il n'est guère surprenant de constater une diminution des sources de financement. Cela dit, il faut souligner la baisse importante de financement de la part des télédiffuseurs privés puisque ces réseaux constituent très souvent l'élément déclencheur d'une éventuelle structure financière. Or, la somme totale des droits de diffusion de ces réseaux est passée de 117 millions de dollars en 2008-2009 à 74 millions de dollars en 20102-2011, une chute de 37 %. Pour cette dernière année, on note quand même une augmentation de la part des télédiffuseurs privés par rapport à l'année précédente. Au cours de la même période, dans l'ensemble, alors que la part des télédiffuseurs au financement a augmenté, leur dépense réelle en droits de diffusion a diminué.

Les droits de diffusion des télédiffuseurs publics sont nettement plus bas en termes de dollars mais aussi en pourcentage du financement total; leur part de financement n'a pas beaucoup changé au cours des dernières années (de 3 à 4 % du financement total). La part des crédits d'impôt fédéral et provincial et celle des producteurs se sont maintenues. Les distributeurs canadiens ont augmenté leur contribution, atteignant 12 % en 2010-2011 (29 millions de dollars), alors que l'investissement étranger, à seulement 4 %, affiche la courbe contraire. Toujours un élément très instable, l'investissement étranger a pu être affecté par la crise financière de 2008.

La part du financement du FMC est restée à peu près la même en termes de pourcentage du financement global, alors que d'autres financements publics ont chuté de 8 millions de dollars. Certains fonds privés, par contre, ont légèrement augmenté depuis cinq ans.

Illustration 3-12 : Financement des productions documentaires de langue anglaise

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	28 %	73	35 %	109	35 %	117	27 %	74	30 %	74
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	9 %	24	5 %	15	3 %	9	4 %	10	4 %	9
Crédits d'impôt fédéral	10 %	27	10 %	31	10 %	34	10 %	27	10 %	24
Crédits d'impôt provincial	15 %	39	15 %	46	17 %	55	17 %	48	17 %	42
Maisons de production	5 %	13	4 %	12	2 %	6	1 %	4	1 %	3
Distributeurs canadiens	5 %	14	8 %	27	7 %	24	8 %	22	12 %	29
Financement étranger	13 %	35	6 %	20	6 %	21	9 %	26	4 %	10
Fonds des médias du Canada	11 %	29	9 %	29	9 %	31	12 %	33	12 %	30
Autre financement public*	2 %	5	3 %	11	3 %	9	5 %	13	2 %	5
Autre financement privé**	3 %	8	5 %	16	8 %	26	8 %	21	9 %	23
Total	**100 %**	**267**	**100 %**	**315**	**100 %**	**334**	**100 %**	**277**	**100 %**	**249**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

PRODUCTIONS DOCUMENTAIRES – ÉMISSIONS À ÉPISODE UNIQUE DE LANGUE ANGLAISE

Dans cette catégorie, le financement est passé de 73 millions (2009-2010) à 58 millions de dollars (2010-2011), un bon exemple de l'érosion du documentaire depuis quelques années. Si le pourcentage du financement accordé par les télédiffuseurs privés fluctue au cours des dernières années, les montants investis, eux, sont constamment à la baisse, passant de 13 millions en 2006-2007 à 9 millions de dollars en 2010-2011. Du côté des télédiffuseurs publics, les droits de diffusion demeurent stables à 6 millions de dollars alors que leur part du financement augmente à 11 %. Si la somme d'argent investie demeure la même, on la répartit sur moins de projets. La participation du FMC demeure stable elle aussi à 10 millions de dollars, tout en affichant une hausse significative de sa part de financement en 2010-2011.

Illustration 3-13 : Financement des productions documentaires à épisode unique de langue anglaise

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	21 %	13	22 %	13	19 %	11	13 %	9	15 %	9
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	7 %	5	9 %	6	10 %	6	9 %	7	11 %	6
Crédits d'impôt fédéral	9 %	6	9 %	5	10 %	5	9 %	7	9 %	5
Crédits d'impôt provincial	15 %	9	14 %	8	16 %	9	18 %	13	18 %	10
Maisons de production	4 %	3	3 %	2	4 %	2	5 %	4	2 %	1
Distributeurs canadiens	3 %	2	5 %	3	4 %	2	3 %	2	2 %	1
Financement étranger	17 %	11	5 %	3	5 %	3	13 %	10	6 %	3
Fonds des médias du Canada	16 %	10	16 %	10	19 %	11	13 %	10	18 %	10
Autre financement public *	3 %	2	8 %	5	3 %	2	5 %	4	2 %	1
Autre financement privé **	4 %	3	8 %	5	10 %	6	11 %	8	21 %	12
Total	**100 %**	**62**	**100 %**	**59**	**100 %**	**58**	**100 %**	**73**	**100 %**	**58**

Source : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

PRODUCTIONS DOCUMENTAIRES – SÉRIES ET MINISÉRIES DE LANGUE ANGLAISE

Dans cette catégorie, le financement global passe de 253 millions (2008-2009) à 187 millions de dollars (2010-2011). Les droits de diffusion des télédiffuseurs privés ayant chuté de 101 millions (2008-2009) à 64 millions de dollars (2010-2011), leur part de financement passe de 40 % à 34 % pour la même période. Les télédiffuseurs publics, eux, maintiennent un seuil très bas de 3 millions de dollars. La part du FMC passe de 19 millions à 16 millions de dollars, ne représentant plus que 8 % du financement des séries documentaires dans ce marché linguistique. Dans cette catégorie, les droits de diffusion représentent une part du financement beaucoup plus importante, dû sans doute aux exigences seuil du FMC en matière de séries.

Illustration 3-14 : Financement des séries et miniséries documentaires de langue anglaise

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	31 %	56	40 %	92	40 %	101	34 %	62	34 %	64
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	11 %	19	3 %	7	1 %	3	1 %	2	2 %	3
Crédits d'impôt fédéral	11 %	20	10 %	24	10 %	26	10 %	19	10 %	18
Crédits d'impôt provincial	15 %	27	15 %	34	17 %	42	17 %	31	16 %	30
Maisons de production	4 %	8	4 %	8	1 %	3	1 %	1	1 %	2
Distributeurs canadiens	6 %	11	10 %	22	8 %	19	10 %	19	15 %	28
Financement étranger	12 %	22	6 %	14	6 %	16	8 %	15	4 %	7
Fonds des médias du Canada	8 %	15	7 %	17	7 %	19	10 %	19	8 %	16
Autre financement public *	0 %	0	2 %	4	2 %	5	3 %	6	2 %	3
Autre financement privé **	2 %	3	4 %	9	8 %	19	6 %	11	8 %	15
Total	**100 %**	**182**	**100 %**	**231**	**100 %**	**253**	**100 %**	**185**	**100 %**	**187**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

PRODUCTIONS DOCUMENTAIRES – LONGS MÉTRAGES DE LANGUE ANGLAISE

Le volume de production de longs métrages documentaires a décliné à 20 millions de dollars en 2009-2010. En 2010-2011, il y a trop peu de projets pour nous permettre une évaluation, ce qui laisse entendre que les projets longs métrages n'ont pu emprunter le chemin habituel, dont la télévision payante qui ouvre la porte au financement du FMC. Les télédiffuseurs canadiens contribuent peu au financement des longs métrages, n'ayant versé que 3 millions de dollars en 2009-2010, et trop peu en 2010-2011 pour permettre une évaluation.

Illustration 3-15 : Financement des longs métrages documentaires de langue anglaise

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	$M
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	21 %	5	12 %	3	16 %	4	8 %	2	x	x
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	1 %	0	9 %	2	3 %	1	7 %	1	x	x
Crédits d'impôt fédéral	7 %	2	8 %	2	8 %	2	9 %	2	x	x
Crédits d'impôt provincial	11 %	3	13 %	3	18 %	4	17 %	3	x	x
Maisons de production	9 %	2	12 %	3	8 %	2	5 %	1		
Distributeurs canadiens	4 %	1	5 %	1	9 %	2	3 %	1	x	x
Financement étranger	11 %	3	12 %	3	8 %	2	10 %	2	x	x
Fonds des médias du Canada	19 %	5	10 %	2	5 %	1	21 %	4	x	x
Autre financement public *	13 %	3	11 %	3	17 %	2	13 %	3	x	x
Autre financement privé **	4 %	1	8 %	2	7 %	2	7 %	1	x	x
Total	**100 %**	**23**	**100 %**	**24**	**100 %**	**23**	**100 %**	**20**	**x**	**x**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
Le « x » indique qu'il y avait trop peu de projets pour en faire un suivi distinct ou que les données ont été supprimées par le BCPAC pour des questions de confidentialité.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

COPRODUCTIONS INTERNATIONALES DE LANGUE ANGLAISE RÉGIES PAR UN ACCORD

Les données pour cette section de l'étude proviennent majoritairement de Téléfilm Canada. Pour bien mettre en relief les structures de financement pour la télévision et celle du long métrage, nous avons puisé dans une deuxième source de données, celles du FMC pour ce qui est des coproductions internationales destinées à la télévision, données consolidées pour les deux marchés linguistiques.

Sur la foi des ces données, on constate que les coproductions officielles (de langue anglaise) sont de l'ordre de 10 millions de dollars, en moyenne, au cours des cinq dernières années. Les droits de diffusion varient énormément pour la même période, tout en demeurant un élément-clé des coproductions officielles. La part du distributeur canadien ainsi que celle de l'investissement étranger sont également en dents de scie. En 2010-2011, ces deux sources constituent moins de 5 % du financement global. La part du lion revient au FMC, avec 37 % du financement en 2010-2011.

Illustration 3-16 : Financement des coproductions documentaires pour la télévision, de langues anglaise et française (productions financées par le FMC seulement)

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	24 %	2 629	34 %	3 630	51 %	5 306	19 %	4 504	26 %	2 580
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	11 %	1 168	7 %	738	5 %	532	7 %	1 606	4 %	405
Crédits d'impôt fédéral	8 %	922	8 %	844	6 %	603	8 %	1 816	7 %	703
Crédits d'impôt provincial	11 %	1 199	12 %	1 251	9 %	987	16 %	3 865	11 %	1 100
Maisons de production	2 %	245	3 %	305	0 %	32	3 %	674	1 %	142
Distributeurs canadiens	6 %	629	1 %	68	1 %	60	5 %	1 206	<1 %	37
Financement étranger	8 %	909	7 %	775	1 %	63	10 %	2 456	4 %	372
Fonds des médias du Canada	24 %	2 666	26 %	2 801	24 %	2 535	26 %	6 254	37 %	3 732
Autre financement public *	5 %	519	1 %	72	3 %	288	4 %	860	4 %	363
Autre financement privé **	<1 %	50	2 %	250	0 %	35	2 %	479	6 %	575
Total	**100 %**	**10 936**	**100 %**	**10 734**	**100 %**	**10 442**	**100 %**	**23 719**	**100 %**	**10 009**

Source : Fonds des médias du Canada.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

Les séries et miniséries documentaires comptent pour une part importante des coproductions internationales subventionnées par le FMC, tant pour les marchés de langue française qu'anglaise. La production atteint un sommet en 2009-2010 (10 millions de dollars) avant de chuter de moitié en 2010-2011. La contribution des télédiffuseurs et des distributeurs canadiens varie beaucoup d'une année à l'autre. L'investissement étranger est passé de 757 000 $ en 2006-2007 à moins de 300 000 $ en 2009-2010 et 2010-2011. Avec 29 % du financement global, le FMC demeure l'investisseur le plus important pour ces catégories de production.

Illustration 3-17 : Financement des coproductions internationales documentaires pour la télévision, de langues anglaise et française (productions financées par le FMC seulement)

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	33 %	1 905	40 %	2 918	53 %	4 067	26 %	2 603	3 %	129
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	8 %	461	7 %	490	4 %	310	8 %	831	25 %	1 250
Crédits d'impôt fédéral	9 %	502	7 %	524	5 %	378	8 %	838	8 %	403
Crédits d'impôt provincial	11 %	620	11 %	825	7 %	547	14 %	1 408	12 %	600
Maisons de production	2 %	112	3 %	256	<1 %	32	<1 %	43	<1 %	25
Distributeurs canadiens	1 %	47	0 %	0	<1 %	34	11 %	1 051	0 %	0
Financement étranger	13 %	757	8 %	558	1 %	63	3 %	316	6 %	283
Fonds des médias du Canada	25 %	1 439	24 %	1 781	25 %	1 873	28 %	2 831	29 %	1 460
Autre financement public *	0 %	0	<1 %	18	4 %	288	0 %	0	6 %	283
Autre financement privé **	0 %	0	0 %	0	<1 %	35	1 %	67	12 %	578
Total	**100 %**	**5 842**	**100 %**	**7 369**	**100 %**	**7 626**	**100 %**	**9 988**	**100 %**	**5 012**

Source : Fonds des médias du Canada.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

Selon les données de Téléfilm Canada, les coproductions internationales pour les longs métrages totalisaient en moyenne un million de dollars au cours des cinq dernières années. Les crédits d'impôt, l'investissement étranger et le Fonds Téléfilm pour le long métrage constituent les trois principales sources de financement. À noter la contribution exceptionnelle de 170 000 $ de la part de télédiffuseurs privés en 2010-2011.

Illustration 3-18 : Financement des coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue anglaise

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	18 %	170
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	9 %	130	17 %	250	0 %	0	0 %	0	0 %	0
Crédits d'impôt fédéral	4 %	52	0 %	0	0 %	0	1 %	10	5 %	45
Crédits d'impôt provincial	8 %	115	0 %	0	0 %	0	2 %	22	12 %	109
Maisons de production	2 %	4	0 %	0	0 %	0	22 %	289	6 %	59
Distributeurs canadiens	1 %	12	13 %	183	0 %	0	3 %	45	1 %	10
Financement étranger	30 %	430	7 %	105	0 %	0	50 %	659	35 %	325
Fonds des médias du Canada	31 %	444	17 %	250	0 %	0	12 %	155	12 %	110
Autre financement public *	5 %	75	10 %	150	0 %	0	11 %	150	11 %	100
Autre financement privé **	9 %	165	35 %	500	0 %	0	0 %	0	0 %	0
Total	100 %	1 428	100 %	1 438	0 %	0	100 %	1 330	100 %	928

Source : Téléfilm Canada.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

Financement de la production de langue française

Après s'être maintenue au-dessus des 90 millions de dollars depuis cinq ans, la production documentaire de langue française totalise seulement 85 millions de dollars en 2010-2011, une baisse de 12 %. Même si leur part du financement global demeure à 15 %, les télédiffuseurs privés investissent deux millions de dollars de moins en 2010-2011. Les télédiffuseurs publics, eux, ont maintenu leur contribution à peu près au même niveau, ce qui excède considérablement celle de leurs vis-à-vis de langue anglaise. Les crédits d'impôt provinciaux ont légèrement augmenté en pourcentage mais diminuent en termes d'argent, reflétant la baisse de production globale dans ce marché. Le niveau de financement des distributeurs canadiens et l'investissement étranger est peu élevé au cours de la période de données recueillies. La part du FMC demeure systématiquement la plus élevée et se maintient à 26 %, bien que l'organisme ait investi quatre millions de dollars de moins en 2010-2011, par rapport à l'année précédente.

Illustration 3-19 : Financement des productions documentaires de langue française

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	17 %	15	14 %	13	19 %	18	15 %	15	15 %	13
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	13 %	11	15 %	14	12 %	11	12 %	11	14 %	12
Crédits d'impôt fédéral	10 %	9	10 %	9	9 %	8	9 %	9	9 %	8
Crédits d'impôt provincial	16 %	14	17 %	15	18 %	17	20 %	19	19 %	16
Maisons de production	4 %	3	4 %	3	3 %	3	2 %	2	4 %	3
Distributeurs canadiens	6 %	6	3 %	3	1 %	1	3 %	3	2 %	2
Financement étranger	0 %	0	3 %	2	0 %	0	1 %	1	1 %	1
Fonds des médias du Canada	23 %	21	26 %	23	23 %	22	27 %	26	26 %	22
Autre financement public*	5 %	5	8 %	7	6 %	6	4 %	4	5 %	4
Autre financement privé**	7 %	7	1 %	1	9 %	9	7 %	7	5 %	4
Total	100 %	91	100 %	90	100 %	96	100 %	97	100 %	85

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

PRODUCTIONS DOCUMENTAIRES – ÉMISSIONS À ÉPISODE UNIQUE DE LANGUE FRANÇAISE

Le financement de documentaires à épisode unique de langue française a baissé de façon importante, passant de 22 millions de dollars durant les quatre années précédentes à 17 millions de dollars en 2010-2011. On remarque un écart considérable entre les droits de diffusion accordés par les réseaux privés (un million de dollars) et ceux des réseaux publics (trois millions de dollars). Ces derniers représentent 19 % du financement global, alors que le FMC augmente sa part à 30 %, tout en réduisant l'argent investi.

Illustration 3-20 : Financement des productions documentaires à épisode unique, de langue française

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	6 %	1	6 %	1	7 %	2	7 %	2	5 %	1
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	16 %	4	17 %	3	14 %	3	12 %	3	19 %	3
Crédits d'impôt fédéral	8 %	2	9 %	2	8 %	2	7 %	2	8 %	1
Crédits d'impôt provincial	18 %	4	19 %	4	19 %	4	21 %	5	20 %	3
Maisons de production	4 %	1	4 %	1	4 %	1	4 %	1	2 %	0
Distributeurs canadiens	5 %	1	1 %	0	0 %	0	1 %	0	0 %	0
Financement étranger	0 %	0	1 %	0	1 %	0	0 %	0	2 %	0
Fonds des médias du Canada	28 %	6	33 %	7	27 %	6	28 %	7	30 %	5
Autre financement public*	8 %	2	10 %	2	9 %	2	9 %	2	9 %	1
Autre financement privé**	7 %	2	0 %	0	9 %	2	9 %	2	5 %	1
Total	**100 %**	**23**	**100 %**	**20**	**100 %**	**22**	**100 %**	**23**	**100 %**	**17**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

PRODUCTIONS DOCUMENTAIRES – SÉRIES ET MINISÉRIES DE LANGUE FRANÇAISE

Le financement des séries et miniséries documentaires est également en baisse : il passe de 67 millions en 2009-2010 à 54 millions de dollars en 2010-2011, une baisse de 11 %. Dans cette catégorie, on note une plus grande participation des télédiffuseurs privés que pour le documentaire à épisode unique. Leur pourcentage de financement, cependant, demeure ce qu'il a été au cours des cinq dernières années (20 %). Chez les télédiffuseurs publics, les montants investis demeurent constants (sept millions de dollars). Cependant, en termes de pourcentage du financement, la part des télédiffuseurs publics et privés augmente légèrement, indiquant des investissements qui se maintiennent mais un volume de production qui fléchit. Du côté du FMC, on note moins d'argent investi (une baisse de deux millions de dollars entre 2009-2010 et 2010-2011), mais un pourcentage qui tend à augmenter avec les années. On note également que le FMC investit davantage dans les séries et miniséries de langue française que dans ceux de langue anglaise.

Illustration 3-21 : Financement des productions de séries et miniséries documentaires, de langue française

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	23 %	13	18 %	10	23 %	14	19 %	12	20 %	12
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	12 %	7	16 %	9	11 %	7	11 %	7	12 %	7
Crédits d'impôt fédéral	11 %	6	11 %	6	9 %	5	10 %	6	10 %	6
Crédits d'impôt provincial	14 %	8	16 %	9	17 %	10	18 %	11	17 %	10
Maisons de production	4 %	2	3 %	2	2 %	1	2 %	1	2 %	1
Distributeurs canadiens	5 %	3	4 %	2	2 %	1	4 %	3	2 %	1
Financement étranger	0 %	0	4 %	2	0 %	0	1 %	1	0 %	0
Fonds des médias du Canada	23 %	13	26 %	15	25 %	15	28 %	18	28 %	16
Autre financement public*	2 %	1	3 %	2	3 %	2	2 %	1	2 %	1
Autre financement privé**	6 %	4	1 %	1	8 %	5	6 %	4	5 %	3
Total	**100%**	**58**	**100 %**	**57**	**100 %**	**60**	**100 %**	**64**	**100 %**	**57**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

Illustration 3-22 : Productions documentaires – longs métrages de langue française

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%	M $	%
Droits de diffusion des télédiffuseurs privés	7 %	1	9 %	1	18 %	3	7 %	1	3 %	0
Droits de diffusion des télédiffuseurs publics	9 %	1	9 %	1	8 %	1	11%	1	11 %	1
Crédits d'impôt fédéral	8 %	1	7 %	1	8 %	1	8%	1	7 %	1
Crédits d'impôt provincial	17 %	2	21 %	3	19 %	3	27%	3	26 %	3
Maisons de production	3 %	0	5 %	1	4 %	1	3%	0	5 %	1
Distributeurs canadiens	15 %	2	2 %	0	1 %	0	4%	0	5 %	1
Financement étranger	1%	0	0 %	0	0 %	0	0%	0	7 %	1
Fonds des médias du Canada	14 %	1	19 %	2	8 %	1	10%	1	9 %	1
Autre financement public*	13 %	1	23 %	3	27 %	4	27%	3	22 %	2
Autre financement privé**	11 %	1	3 %	0	7 %	1	4%	0	4 %	0
Total	**100 %**	**10**	**100 %**	**13**	**100 %**	**14**	**100%**	**11**	**100 %**	**11**

Sources : BCPAC, CRTC et FMC.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

COPRODUCTIONS INTERNATIONALES RÉGIES PAR UN ACCORD DE LANGUE FRANÇAISE

D'après les données de Téléfilm Canada, il ne s'est à peu près rien passé du côté des coproductions internationales de langue française en 2010-2011, un contraste saisissant par rapport aux activités totalisant 5 millions de dollars en 2009-2010.

Illustration 3-23 : Financement des coproductions internationales de longs métrages documentaires de langue française

	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $	%	000 $
Droits de diffusion de télédiffuseurs privés	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	15	0 %	0
Droits de diffusion de télédiffuseurs publics	0 %	0	0 %	0	0 %	0	6 %	290	0 %	0
Crédits d'impôt fédéral	2 %	100	0 %	0	0 %	0	3 %	167	0 %	0
Crédits d'impôt provincial	4 %	149	0 %	0	0 %	0	17 %	851	0 %	0
Maisons de production	0 %	11	0 %	0	0 %	0	12 %	606	0 %	0
Distributeurs canadiens	15 %	642	25 %	103	0 %	0	2 %	115	0 %	0
Financement étranger	72 %	3 045	0 %	0	0 %	0	23 %	1 168	0 %	0
Fonds des médias du Canada	3 %	135	75 %	309	0 %	0	14 %	713	0 %	0
Autre financement public*	4 %	150	0 %	0	0 %	0	21 %	1 100	0 %	0
Autre financement privé**	0 %	0	0 %	0	0 %	0	2 %	95	0 %	0
Total	**100 %**	**4 232**	**100 %**	**412**	**0 %**	**0**	**100 %**	**5 120**	**0 %**	**0**

Source : Téléfilm Canada.
*Autre financement public : inclut l'ONF, Téléfilm Canada, les gouvernements provinciaux et d'autres organismes.
**Autre financement privé : inclut des fonds de production indépendants, des investissements de capitaux par les télédiffuseurs et autres investissements privés.

Droits de diffusion

Les droits de diffusion accordés par les télédiffuseurs, passage obligé pour déclencher des fonds auprès du FMC, demeurent une source importante de financement pour le documentaire canadien. Cela dit, on note une baisse de 6 % du côté du marché de langue anglaise alors que les droits de diffusion du côté de la production de langue française fluctuent au cours des cinq dernières années, selon les données du BCPAC. En tenant compte des deux marchés, les droits de diffusion pour les téléséries constituent en moyenne 35 % du financement global des cinq dernières années.

Pour les documentaires à épisode unique, la part de financement accordé par les télédiffuseurs est plus fluctuante. Les droits de diffusion pour les documentaires à épisode unique, pour les deux marchés linguistiques, représentent 25 % de la part de financement en 2010-2011, un niveau de financement plus bas que celui des séries. L'écart s'explique du fait des exigences seuil établies par le FMC pour les droits de diffusion qui sont plus bas pour l'épisode unique que pour la série documentaire. La part des droits de diffusion augmente pour toutes les autres catégories répertoriées, sauf pour les dramatiques.

Illustration 3-24 : Part du financement total attribuable aux droits de diffusion versés par les télédiffuseurs pour la production indépendante

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Magazines	64 %	63 %	68 %	62 %	65 %
Variétés et arts de la scène	55 %	53 %	54 %	50 %	57 %
Documentaires de longue durée – séries de langue anglaise	41 %	43 %	41 %	35 %	36 %
Documentaires de longue durée – séries de langue française	36 %	34 %	35 %	30 %	34 %
Documentaires de longue durée – moyenne	35 %	37 %	36 %	29 %	32 %
Émissions pour enfants	29 %	29 %	31 %	22 %	26 %
Documentaires de longue durée – épisode unique de langue anglaise	28 %	32 %	29 %	22 %	26 %
Documentaires de longue durée – épisode unique de langue française	22 %	24 %	22 %	20 %	24 %
Dramatique	23 %	24 %	25 %	24 %	21 %

Source : BCPAC.

De façon générale, le volume de production des téléséries ainsi que des documentaires à épisode unique est passé sous la barre établie en 2006-2007. L'argent total investi par les télédiffuseurs baisse encore davantage, passant de 126 millions en 2008-2009 à 86 millions de dollars en 2010-2011, une baisse de 32 %.

Les droits de diffusion pour le documentaire à épisode unique baissent également, passant de 37 millions en 2006-2007 à 23 millions de dollars en 2010-2011, une réduction de 38 % sur cinq ans, et de 28 % depuis 2008-2009.

Illustration 3-25 : Part et montant total attribuables aux droits de diffusion versés par les télédiffuseurs, selon la catégorie

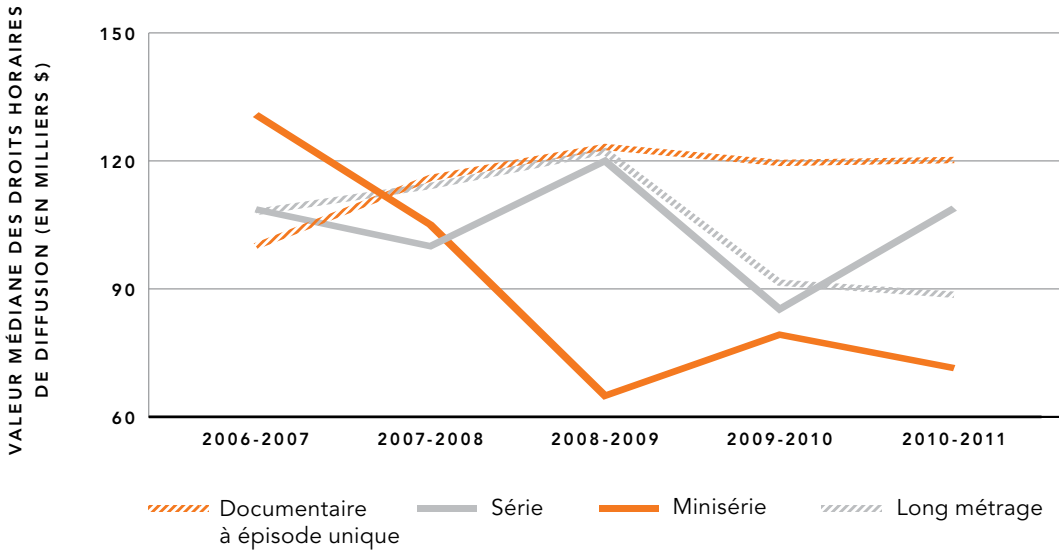
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Volume total de la production (en M $)					
Séries télévisuelles	248	290	315	250	245
Documentaires à épisode unique	127	123	121	129	90
Part des droits de diffusion (en % du financement total)					
Séries télévisuelles	40 %	41 %	40 %	34 %	35 %
Documentaires à épisode unique	29 %	28 %	27 %	23 %	25 %
Montant des droits de diffusion (en M $)					
Séries télévisuelles	98	120	126	84	86
Documentaires à épisode unique	37	35	32	29	23

Sources : BCPAC et CRTC.

La valeur médiane des droits horaires de diffusion, pour le marché de langue anglaise, est présenté ci-dessous par catégories. Il s'agit d'une bonne indication du niveau de financement disponible pour chacune des catégories, incluant l'écart qu'il peut y avoir à l'intérieur d'une même catégorie.

Les droits de diffusion de documentaires à épisode unique de langue anglaise ont légèrement augmenté en 2008-2009, une tendance à la hausse depuis 2006-2007. Les droits de diffusion des téléséries en 2010-2011 sont au même niveau qu'en 2006-2007, avec fluctuations entre les deux. Les miniséries, par contre, sont nettement à la baisse, passant de 130 000 $/heure en 2006-2007 à 71 000 $/heure en 2010-2011. Le long métrage documentaire connaît une ascension jusqu'en 2008-2009 mais retombe de façon importe par la suite.

Illustration 3-26 : Valeur médiane des droits horaires de diffusion de documentaires de langue anglaise, selon la catégorie (en milliers de $)



Source : BCPAC.

Tendances des droits de diffusion – documentaires de langue anglaise

On note, depuis 2008-2009 notamment, une nette diminution pour les miniséries documentaires. En 2010-2011, 63 % des droits horaires de diffusion sont sous la barre des 100 000 $.

Illustration 3-27 : Distribution des droits horaires de diffusion de miniséries documentaires de langue anglaise

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	7 %	0 %	13 %	0 %	0 %
200 000 $ à 299 999 $	21 %	0 %	13 %	10 %	13 %
150 000 $ à 199 999 $	14 %	11 %	0 %	10 %	0 %
100 000 $ à 149 999 $	36 %	67 %	13 %	10 %	25 %
50 000 $ à 99 999 $	21 %	0 %	25 %	30 %	38 %
Moins de 50 000 $	0 %	22 %	38 %	40 %	25 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100%**

Source : BCPAC.

Pour les documentaires à épisode unique, la tendance est plus stable, bien qu'on note une certaine fluctuation des droits de diffusion dans les niveaux moyens. En 2008-2009, 63 % des droits de diffusion se retrouvent sous les 150 000 $/heure, et 66 % en 2010-2011.

Illustration 3-28 : Distribution des droits horaires de diffusion de documentaires à épisode unique de langue anglaise

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	6 %	4 %	3 %	4 %	5 %
200 000 $ à 299 999 $	11 %	11 %	10 %	10 %	12 %
150 000 $ à 199 999 $	9 %	21 %	23 %	15 %	17 %
100 000 $ à 149 999 $	24 %	27 %	30 %	31 %	30 %
50 000 $ à 99 999 $	30 %	25 %	21 %	28 %	22 %
Moins de 50 000 $	20 %	13 %	12 %	12 %	14 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Les droits de diffusion pour les séries documentaires montrent, eux aussi, une certaine fluctuation, particulièrement pour les sommes plus élevées. Ceux-ci atteignent un sommet en 2008-2009 alors que 40 % des droits de diffusion se situent au-dessus de 150 000 $/heure. En 2010-2011, bien que les droits de diffusion/heure couvrent la même échelle, 66 % de ceux-ci se situent au-dessous de 150 000 $.

Illustration 3-29 : Distribution des droits horaires de diffusion de séries documentaires de langue anglaise

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	6 %	4 %	6 %	5 %	5 %
200 000 $ à 299 999 $	9 %	9 %	13 %	8 %	12 %
150 000 $ à 199 999 $	8 %	16 %	21 %	17 %	16 %
100 000 $ à 149 999 $	29 %	24 %	20 %	18 %	26 %
50 000 $ à 99 999 $	23 %	16 %	17 %	23 %	14 %
Moins de 50 000 $	25 %	31 %	23 %	30 %	26 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Les droits de diffusion des longs métrages documentaires ont beaucoup baissé depuis cinq ans. Alors qu'en 2006-2007 ils se retrouvaient dans toute l'échelle financière, 84 % des droits de diffusion se situaient sous la barre des 150 000 $/heure en 2010-2011.

Illustration 3-30 : Distribution des droits horaires de diffusion de longs métrages documentaires de langue anglaise

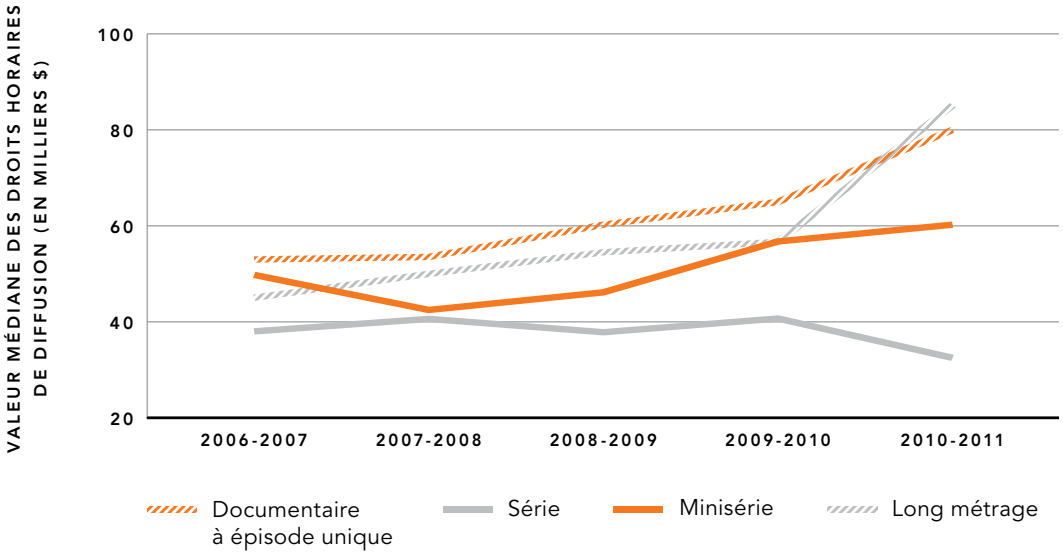
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	3 %	7 %	14 %	0 %	0 %
200 000 $ à 299 999 $	7 %	4 %	5 %	11 %	0 %
150 000 $ à 199 999 $	20 %	19 %	14 %	16 %	17 %
100 000 $ à 149 999 $	23 %	37 %	33 %	21 %	17 %
50 000 $ à 99 999 $	27 %	26 %	19 %	42 %	50 %
Moins de 50 000 $	20 %	7 %	14 %	11 %	17 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.
Note : les données de l'année 2010-2011 peuvent être basées sur un très petit nombre de projets de longs métrages que le BCPAC était incapable de quantifier dans les tableaux précédents, pour des raisons de confidentialité.

Tendances des droits de diffusion – documentaires de langue française

En moyenne, les droits de diffusion pour les documentaires de langue française ont augmenté pour toutes les catégories, sauf pour les séries. En 2010-2011, ces dernières ne recevaient plus que 32 500 $/heure, le plus bas tarif en cinq ans.

Illustration 3-31 : Valeur médiane des droits horaires de diffusion de documentaires de langue française, selon la catégorie (en milliers $)



Source : BCPAC.

Si les droits horaires de diffusion pour les miniséries ont augmenté au cours des cinq dernières années, la fourchette des sommes versées s'est rétrécie. En 2010-2011, plus de 80 % des miniséries se situent dans la tranche des 50 000 $ à 99 000 $ et le 20 % restant dans celle des 150 000 $ à 199 999 $. De façon générale, il y a beaucoup moins de projets au bas de l'échelle financière qu'auparavant, et davantage de projets mieux financés.

Illustration 3-32 : Distribution des droits horaires de diffusion de miniséries documentaires de langue française

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
200 000 $ à 299 999 $	14 %	0 %	0 %	0 %	0 %
150 000 $ à 199 999 $	0 %	0 %	0 %	0 %	20 %
100 000 $ à 149 999 $	29 %	0 %	40 %	38 %	0 %
50 000 $ à 99 999 $	57 %	80 %	40 %	50 %	80 %
Moins de 50 000 $	0 %	20 %	20 %	13 %	0 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Les droits horaires de diffusion de documentaires à épisode unique ont également augmenté au cours des cinq dernières années. En 2010-2011, 66 % de ceux-ci se retrouvent dans la tranche des 50 000 à 99 999 $. Il y a également plus de projets financés à plus haut prix et une diminution importante de projets au bas de l'échelle.

Illustration 3-33 : Distribution des droits horaires de diffusion de documentaires à épisode unique de langue française

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %
200 000 $ à 299 999 $	0 %	1 %	0 %	2 %	2 %
150 000 $ à 199 999 $	0 %	3 %	1 %	2 %	5 %
100 000 $ à 149 999 $	9 %	10 %	7 %	3 %	9 %
50 000 $ à 99 999 $	46 %	40 %	59 %	58 %	66 %
Moins de 50 000 $	46 %	44 %	32 %	35 %	18 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

La distribution des droits horaires de diffusion pour les séries varie au cours des cinq années étudiées, mais se retrouvent principalement au bas de l'échelle avec 71 % dans la tranche de moins de 50 000 $ en 2010-2011. En même temps, 4 % des droits horaires se retrouvaient dans la tranche supérieure en 2010-2011 et un autre 4 % dans la tranche 100 000 $ à 149 999 $, une augmentation par rapport à 2009-2010.

Illustration 3-34 : Distribution des droits horaires de diffusion de séries documentaires de langue française

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	0 %	0 %	3 %	0 %	4 %
200 000 $ à 299 999 $	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
150 000 $ à 199 999 $	0 %	0 %	2 %	2 %	0 %
100 000 $ à 149 999 $	0 %	6 %	3 %	0 %	4 %
50 000 $ à 99 999 $	26 %	24 %	18 %	21 %	20 %
Moins de 50 000 $	74 %	70 %	74 %	77 %	71 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Les droits horaires de diffusion pour les longs métrages documentaires de langue française ont baissé dans la tranche la plus basse (moins de 50 000 $) alors qu'ils ont monté de 19 % dans celle des 100 000 $ à 149 999 $.

Illustration 3-35 : Distribution des droits horaires de diffusion de longs métrages documentaires de langue française

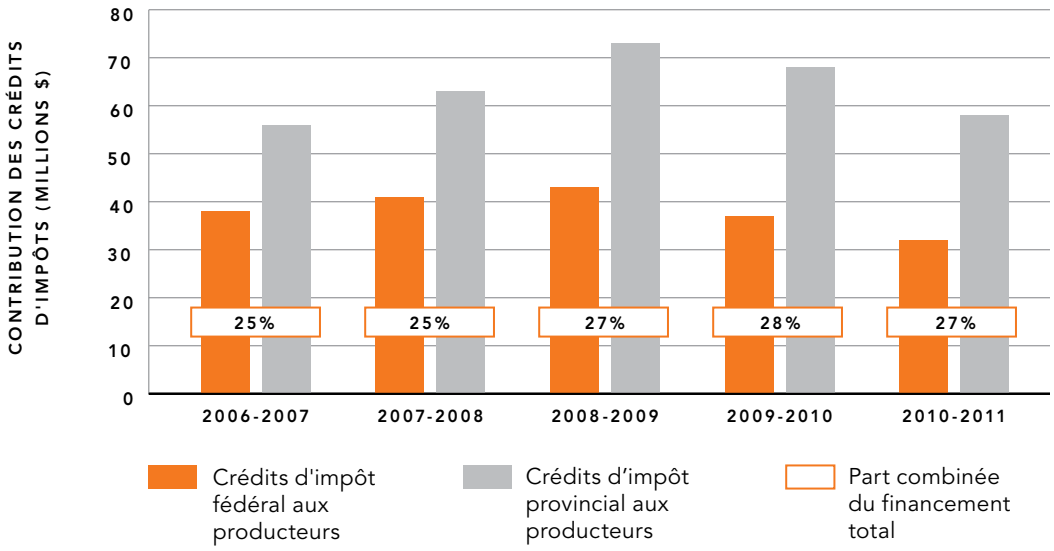
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
300 000 $ et plus	0 %	4 %	0 %	0 %	0 %
200 000 $ à 299 999 $	0 %	0 %	4 %	0 %	0 %
150 000 $ à 199 999 $	0 %	0 %	0 %	5 %	0 %
100 000 $ à 149 999 $	11 %	9 %	7 %	0 %	19 %
50 000 à 99 999 $	33 %	48 %	44 %	55 %	69 %
Moins de 50 000 $	56 %	39 %	44 %	41 %	13 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : BCPAC.

Crédits d'impôt aux producteurs

Les crédits sont offerts par les deux paliers gouvernementaux, provincial et fédéral, afin de stimuler la production de films et d'émissions de télévision. Étant donné la baisse de production documentaire, le montant total de crédits d'impôt a également diminué, une baisse de 15 millions de dollars depuis trois ans. En même temps, la part des crédits d'impôt dans le financement global de documentaires canadiens est restée à peu près la même (27 %).

Illustration 3-36 : Contributions totales des crédits d'impôt versés aux producteurs (en M $)



Source : BCPAC.

Financement public direct

Le financement public direct du documentaire prend plusieurs formes : subventions, prêts, investissement de capitaux et autres contributions venant du secteur public. Les sources les plus importantes incluent l'Office national du film du Canada (ONF), le Fonds des médias du Canada (FMC), Téléfilm Canada et les investissements des télédiffuseurs publics et des agences culturelles provinciales. Le tableau ci-dessous exclut les investissements venant de fonds privés et ne tient compte que des investissements du FMC auxquels le gouvernement fédéral a contribué.

Le financement public direct est à son plus bas depuis 2006-2007. La contribution annuelle médiane de l'ONF est de 13,3 millions de dollars depuis cinq ans. La contribution du FMC a augmenté chaque année, sauf en 2010-2011. On observe la même courbe pour l'ensemble de sa contribution aux productions télévisuelles, la diminution s'expliquant par la création du volet expérimental et l'allocation d'une part de son financement à ce volet.

Illustration 3-37 : Financement public direct accordé aux documentaires de longue durée (en M $)

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
ONF (interne et coproduction)	11,9	15,7	14,1	11,7	13,0
Autre financement public direct *	5,0	13,3	10,4	13,6	6,0
Total du financement public direct	16,9	29,0	24,5	25,3	19,0
FTC/FMC**	28,4	29,4	32,8	36,7	33,9
Total du financement public direct + FTC/FMC	45,2	58,3	57,3	62,0	52,9

Sources : BCPAC, ONF et FMC.
*Inclut l'investissement de capitaux par les télédiffuseurs publics et d'autres contributions de sources gouvernementales (voir plus loin), mais exclut les crédits d'impôt. Inclut des capitaux et le financement direct des gouvernements provinciaux, du Conseil des arts et des lettres du Québec, du Conseil des Arts du Canada, des gouvernements locaux et des conseils des arts, du FCFVI, du Fonds pour le long métrage documentaire, d'autre types d'aide de Téléfilm Canada (ex. : le doublage), des commandites de gouvernements ou de corporations de la Couronne (ex. : ACDI, galeries), de Job Start/ Future Skills, du Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario, des universités et des collèges.
**Estimation de la part de financement public des revenus du FCT/FMC; exclut la part de financement public attribuable aux revenus des entreprises de câblodistribution ou de diffusion par satellite.

Sources de financement publiques

LE FONDS DES MÉDIAS DU CANADA (FMC)

Le FMC est financé annuellement par Patrimoine Canada et par les contributions obligatoires des distributeurs de services par câble et par satellite. En 2010, le Fonds de télévision du Canada (FTC) est devenu le Fonds des médias du Canada (FMC). Cette reconfiguration a entraîné de nouvelles mesures, dont celle d'inclure un volet numérique à toute demande adressée au FMC. Cette nouvelle obligation n'est pas sans créer des difficultés pour les producteurs indépendants, notamment les producteurs de documentaires à épisode unique où la marge de manœuvre est déjà mince. Ils doivent trouver le financement lié aux coûts additionels puisque le financement alloué par le FMC ne couvre pas l'ensemble des dépenses et que les télédiffuseurs sont peu enclins à soutenir ce genre d'initiative. Bien que le volet numérique enrichisse l'expérience documentaire en plus d'offrir un mode de diffusion alternatif pour les spectateurs, on n'a pas encore trouvé la façon de récupérer pareil investissement. Si bien que plusieurs producteurs remettent en question la pertinence de créer un volet numérique pour les documentaires à épisode unique.

Le FMC représente la plus importante source de financement du documentaire au Canada : il a fourni près de 56 millions de dollars en 2010-2011. La majorité de ce financement provient des enveloppes de rendement destinées aux télédiffuseurs, en plus de programmes sélectifs de moindre envergure. Le financement du FMC inclut les mesures incitatives régionales pour les deux marchés linguistiques ainsi que le Programme de documentaires d'auteur de langue anglaise (POV). Créé il y a quelques années, ce fonds veut encourager le documentaire d'auteur et dispose d'un modeste budget annuel de 3,5 millions de dollars. De plus, il connaît des problèmes d'administration, ne parvenant pas toujours à allouer tout l'argent disponible. Par le biais de ce programme, le FMC a financé sept projets, en 2010-2011, à hauteur d'un million de dollars au total.

De façon générale, les investissements du FMC ont augmenté en 2010-2011 par rapport à l'année précédente, mais l'argent destiné aux productions télévisuelles a diminué à cause du nouveau volet expérimental.

Illustration 3-38 : Contribution du FMC-FTC au financement de la production documentaire

	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Financement par le FTC/FMC (en M $)	55,7	50,0	44,6	46,5	48,3	51,6	53,4	54,6	61,1	55,6

Source : FMC.

Au cours des cinq dernières années, la part du financement réservée au documentaire a diminué par rapport à l'ensemble des investissements du FMC pour les autres types de production, passant de 22 % en 2007-2008 à 19,7 % en 2010-2011. Le nombre d'heures documentaires financées par le FMC, qu'il s'agisse d'épisodes uniques ou de séries, a baissé de 13 % (106 heures) de 2009-2010 à 2010-2011. Encore une fois, les télédiffuseurs sont à l'origine de cette baisse, ayant appuyé moins de projets tout en continuant à investir les montants consentis au documentaire.

Illustration 3-39 : Participation du FMC-FTC au financement de la production documentaire

EN MILLIONS DE $	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Documentaires	51,6	53,4	54,6	61,1	55,6
Tous genres	251,8	242,2	275,2	307,0	282,1
Part des documentaires	20,50 %	22,00 %	19,80 %	19,9 %	19,7 %

Source : FMC.

Illustration 3-40 : Nombre d'heures de production financées par le FMC-FTC

EN HEURES	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Documentaires	799,2	805,1	760,8	821,3	715
Tous genres	2 298,3	2 167,7	2 210,4	2 422,1	2 491,1
Part des documentaires	35 %	37 %	34 %	34 %	29 %

Source : FMC.

Alors que le nombre d'heures et les montants investis baissent, la part du FMC dans le financement global de production documentaire est montée à 32 % en 2010-2011. Les télédiffuseurs ont investi dans moins de projets mais ont augmenté les montants engagés à même leur enveloppe de rendement.

Illustration 3-41 : Part consacrée par le FMC-FTC au financement de documentaires

EN MILLIONS DE $	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Financement par le FMC	51,6	53,4	54,6	61,1	55.6
Autre financement	126,5	121,9	135,4	137,81	117.77
Budgets totaux	178,1	175,3	190,0	199,0	173
Part du FMC du budget total	29 %	30,5 %	28,7 %	31 %	32 %

Source : FM.

Le nombre d'heures a baissé en cinq ans pour toutes les catégories documentaires; mais les pourcentages au sein même des catégories, par contre, sont relativement stables. Les séries documentaires dominent, et de loin, avec 67 % des heures totales de productions documentaires soutenues par le FMC.

Illustration 3-42 : Types de productions documentaires (de langues française et anglaise seulement) subventionnées par le FMC-FTC

	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Heures de production					
Documentaires à épisode unique	157,1	134,8	139	122	115
Longs métrages	48,1	35,3	39,8	54,8	37,5
Séries	532,5	563	484	527	443
Miniséries	61,5	70,5	98	75,5	65
Total	**799,2**	**803,6**	**760,8**	**779,3**	**660,5**
Pourcentage des heures					
Documentaires à épisode unique	20 %	17 %	18 %	16 %	17 %
Longs métrages	6 %	4 %	5 %	7 %	6 %
Séries	67 %	70 %	64 %	68 %	67 %
Miniséries	8 %	9 %	13 %	10 %	10 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Source : FMC.
Note : les totaux du tableau ne correspondent pas aux totaux de l'ensemble des genres, étant donné qu'ils n'incluent pas les productions en langues autochtones.

D'un point de vue régional, c'est Montréal qui a déclenché la plus grande part de financement du FMC en 2010-2011 (40 %), pour les marchés de langue française aussi bien qu'anglaise. Toronto suit avec 22 %, juste devant l'Ouest canadien et Territoires (21 %). À l'exception de Montréal, qui connaît une forte augmentation, toutes les régions ont subi une baisse de financement avec Toronto, en tête de liste, qui accuse une perte de 7 millions de dollars de moins en 2010-2011. Le programme de mesure incitative pour la production de langue anglaise a certainement eu un impact sur la production dans des régions comme Montréal et la Colombie-Britannique.

Illustration 3-43 : Production documentaire subventionnée par le FMC-FTC, selon la région

	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Financement du FMC (M $)									
Toronto	13,2	14,6	12,2	12,8	12,8	12,8	16,3	18,6	11,7
Montréal	14,8	12,2	16,4	18,9	18	18,6	18,1	19,0	20,8
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	1,8	0,5	1,8	1,1	1,7	1,1	3,1	1,2	1,9
Québec (à l'exclusion de Montréal)	4,1	1,8	1,9	3,5	1,9	3,1	2,7	2,4	2,9
Ouest et Territoires	10,3	9,7	8,8	7,9	13,1	12,3	11,1	14,2	11,2
Canada atlantique	4,1	4	4	2,2	2,7	3,2	3,3	3,2	3,2
Total	**48,3**	**42,8**	**45,1**	**46,4**	**50,2**	**51,1**	**54,5**	**58,6**	**52,7**
Part du financement total									
Toronto	27 %	34 %	27 %	28 %	25 %	25 %	30 %	32 %	22 %
Montréal	31 %	29 %	36 %	41 %	36 %	36 %	33 %	32 %	40 %
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	4 %	1 %	4 %	2 %	3 %	2 %	6 %	2 %	4 %
Québec (à l'exclusion de Montréal)	8 %	4 %	4 %	8 %	4 %	6 %	5 %	4 %	5 %
Ouest et Territoires	21 %	23 %	20 %	17 %	26 %	24 %	20 %	24 %	21 %
Canada atlantique	8 %	9 %	9 %	5 %	5 %	6 %	6 %	5 %	6 %
Total	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

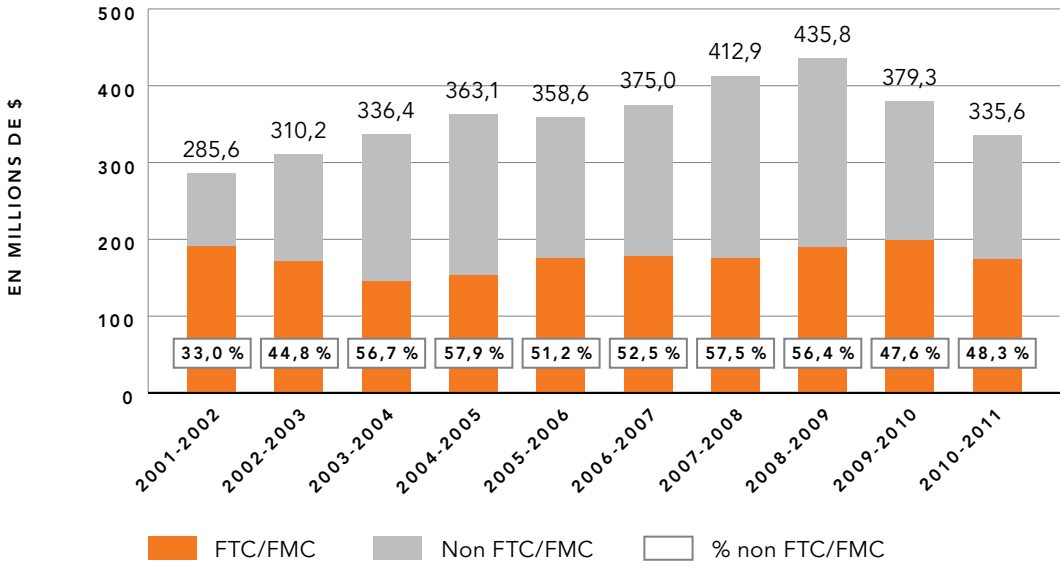
Source : FMC.
Note : les totaux du tableau ne correspondent pas aux totaux de l'ensemble des genres, étant donné qu'ils n'incluent pas les productions en langues autochtones.

AUTRES PRODUCTIONS

Une partie non négligeable des documentaires est produite sans l'aide financière du FMC. Jusqu'en 2009-2010, les sources financières « autres » dépassaient l'argent investi par le FMC mais on note le phénomène inverse depuis deux ans. Il se peut que ces sources concernent des émissions de divertissement qui ne pourraient, de toute façon, avoir accès aux fonds du FMC ou être considérées des documentaires tel que redéfini par le CRTC .

Il se peut aussi que la baisse de sources autres que le FMC soit la conséquence de la disparition du Fonds canadien de films et vidéos indépendants (FCFVI) , qui a perdu l'aide fédérale en 2009. Le FCFVI offrait un soutien vital aux documentaires non conçus pour le marché de la télévision ou pour la sortie en salles.

Illustration 3-44 : Production de documentaires de longue durée destinés à la télévision dans le segment non financé par le FTC/FMC



Source : FMC.

L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA (ONF)

L'Office national du film du Canada est une agence gouvernementale au long parcours. En 2011, le budget de l'ONF était d'environ 75 millions de dollars. L'ONF produit des œuvres interactives, des documentaires socialement engagés, des animations d'auteur et des dramatiques alternatives. L'ONF a investi près de 21 millions de dollars en 2010-2011 pour l'ensemble de ses productions en tant que producteur unique ou en coproduction avec des producteurs indépendants. Le budget global de production de l'ONF a diminué depuis 2007-2008 mais montre une légère remontée en 2010-2011. Les tableaux ci-dessous donnent un aperçu de l'étendue de sa production.

Illustration 3-45 : Nombre et volume des projets de l'ONF

SELON LE TYPE	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $
Production linéaire	96	22,5	91	32,3	56	23,3	57	19,1	58	16,4
Production interactive	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	0,7	18	4,2
Total	**96**	**22,5**	**91**	**32,3**	**56**	**23,3**	**71**	**19,8**	**76**	**20,6**

SELON LE FORMAT	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $	PROJETS	M $
Court (< 30 minutes)	49	4,4	41	3,3	12	1,1	40	3,6	51	9,7
30 à 77 minutes	36	12,2	33	17,5	29	11,2	21	7,6	6	2,3
Long métrage (78 minutes et +)	11	5,9	17	11,6	15	11,0	10	8,5	19	8,7
Total	**96**	**22,5**	**91**	**32,3**	**56**	**23,3**	**71**	**19,8**	**76**	**20,6**

Source : ONF.

Illustration 3-46 : Budgets moyens des productions subventionnées par l'ONF (en 000 $)

SELON LE TYPE	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Production linéaire	235	355	416	334	283
Production interactive	0	0	0	49	234
Total	**235**	**355**	**416**	**278**	**272**

SELON LE FORMAT	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Court (< 30 minutes)	90	80	92	91	189
30 à 77 minutes	339	530	386	363	379
Long métrage (78 minutes et +)	536	680	733	849	458
Total	**235**	**356**	**416**	**278**	**272**

Source : ONF.

Illustration 3-47 : Contribution moyenne du financement par l'ONF (en pourcentage du volume total)

SELON LE TYPE	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Production linéaire	53 %	48 %	61 %	58 %	57 %
Production interactive				100 %	87 %
Total	**53 %**	**48 %**	**61 %**	**59 %**	**63 %**

SELON LE FORMAT	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Court (< 30 minutes)	41 %	64 %	98 %	92 %	81 %
30 à 77 minutes	58 %	44 %	65 %	61 %	66 %
Long métrage (78 minutes et +)	50 %	51 %	52 %	44 %	42 %
Total	**53 %**	**48 %**	**61 %**	**59 %**	**63 %**

Source : ONF.

PART DU DOCUMENTAIRE À L'ONF

La participation de l'ONF au documentaire prend très souvent la forme de projets de films ou de vidéos traditionnels. Au cours des dernières années, par contre, l'ONF s'est montré très intéressé par les projets numériques interactifs.

Illustration 3-48 : Volume du financement documentaire par l'ONF (en M $)

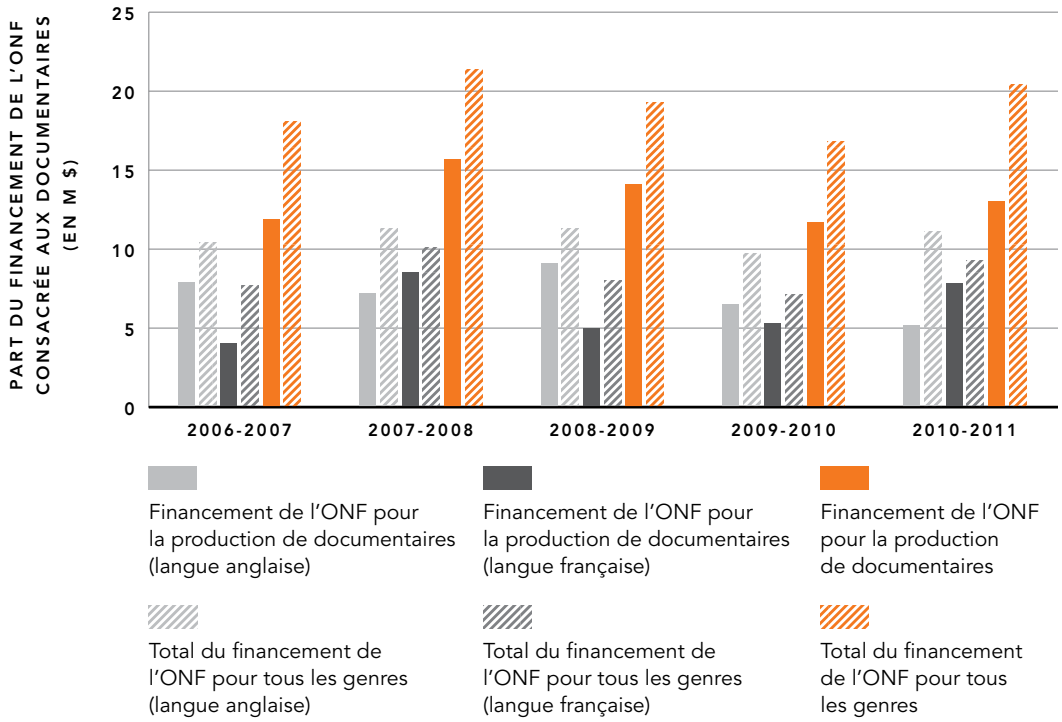
SELON LE TYPE	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Linéaire	14,1	21,2	18,0	16,1	11,9	15,7	14,1	11,0	9,3
Interactif	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	3,7
Total	**14,1**	**21,2**	**18,0**	**16,1**	**11,9**	**15,7**	**14,1**	**11,7**	**13,0**

SELON LE FORMAT	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Court (< 30 minutes)	n/a	n/a	n/a	n/a	1,8	2,1	1,1	3,4	7,9
30 à 77 minutes	n/a	n/a	n/a	n/a	7,1	7,7	7,3	4,6	1,5
Long métrage (78 minutes et +)	n/a	n/a	n/a	n/a	3,0	5,9	5,7	3,7	3,6
Total	**n/a**	**n/a**	**n/a**	**n/a**	**11,9**	**15,7**	**14,1**	**11,7**	**13,0**

Source : ONF.

Pour ce qui est de la part qu'occupe le documentaire au sein de la production globale de l'ONF, celle-ci est à la baisse pour ce qui est des projets de langue anglaise, mais à la hausse pour les projets de langue française, où les productions documentaires représentent 84 % de toute la production française.

Illustration 3-49 : Part du financement de l'ONF consacrée aux documentaires (en M $)



Source : ONF.

L'ONF agit également en tant que distributeur de documentaires ici comme à l'étranger. Cette activité est cependant à la baisse depuis 2005-2006.

Illustration 3-50 : Volume total de la production documentaire distribuée par l'ONF (en M $)

SELON LE MARCHÉ	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Télédiffuseurs	1,3	1,0	2,0	1,4	1,8	1,2	1,2	1,3	0,9	0,5
Vidéo à domicile	0,6	0,6	0,6	0,7	1,0	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6
Marché non commercial	1,4	1,5	1,4	1,7	2,4	2,3	2,0	1,8	1,5	1,2
Marché destiné aux salles	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
Total	**3,4**	**3,1**	**4,0**	**4,0**	**5,6**	**4,4**	**4,2**	**4,1**	**3,2**	**2,3**

SELON LE FORMAT	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10	10-11
Épisode unique à la télé	n/a	n/a	n/a	n/a	1,5	0,9	0,7	0,7	0,4	0,4
Long métrage*	n/a	n/a	n/a	n/a	1,7	1,3	1,6	1,7	1,5	0,8
Court métrage**	n/a	n/a	n/a	n/a	2,4	2,2	1,9	1,6	1,2	1,0
Total	**3,4**	**3,1**	**4,0**	**4,0**	**5,6**	**4,4**	**4,2**	**4,1**	**3,2**	**2,3**

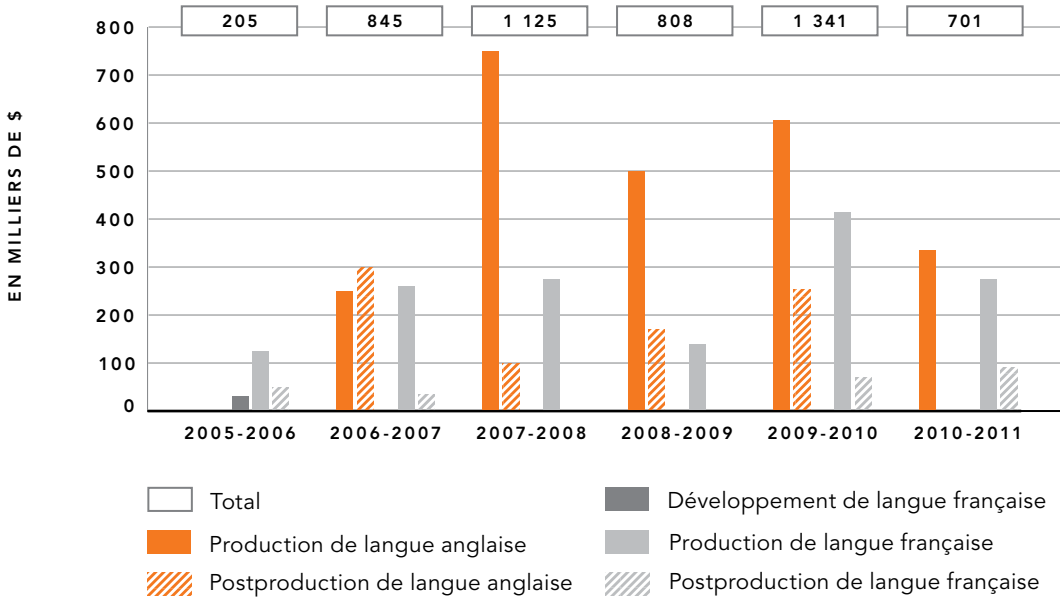
Source : ONF.
*Tous les titres de 78 minutes et plus, dans toutes les fenêtres de diffusion, incluant la télévision.
**Tous les titres de moins de 78 minutes, dans toutes les fenêtres de diffusion, excluant la télévision.

TÉLÉFILM CANADA

Téléfilm Canada est une société d'État qui offre divers programmes de financement pour l'industrie canadienne du film. C'est par l'intermédiaire du Programme pour le long métrage documentaire, en partie financé par le Fonds Rogers, que l'organisme appuie le documentaire. Cela dit, les montants sont petits, le budget de ce fonds étant de moins d'un million de dollars par année. De plus, il n'y a pas d'argent disponible pour le développement de longs métrages documentaires.

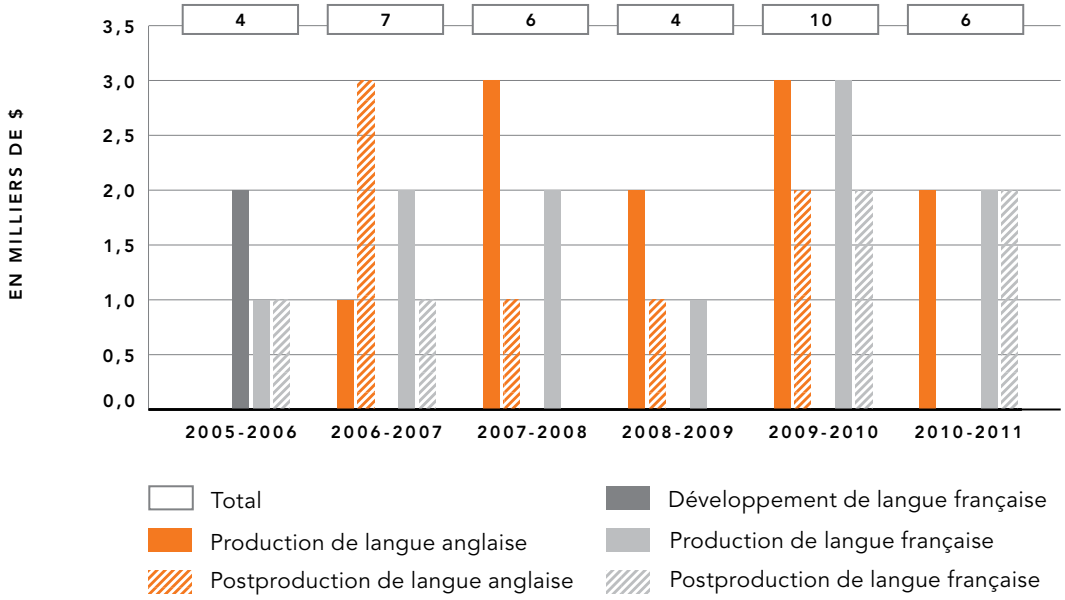
Le financement disponible dans ce programme varie passablement au cours des six années étudiées, se limitant à quelques films par année, tant du côté du marché de langue anglaise que française. En 2010-2011, deux films seulement ont reçu un appui financier. On remarque également que la contribution financière, tout comme les budgets des films, sont à la baisse.

Illustration 3-51 : Téléfilm Canada - Programme pour le long métrage documentaire destiné aux salles – volume de financement selon la langue et le type d'activité



Source : Téléfilm Canada.

Illustration 3-52 : Téléfilm Canada - Programme pour le long métrage documentaire destiné aux salles – total des projets selon la langue et le type d'activité



Source : Téléfilm Canada.

Illustration 3-53 : Téléfilm Canada - Programme pour le long métrage documentaire destiné aux salles – volume total de production selon la contribution et le budget moyens

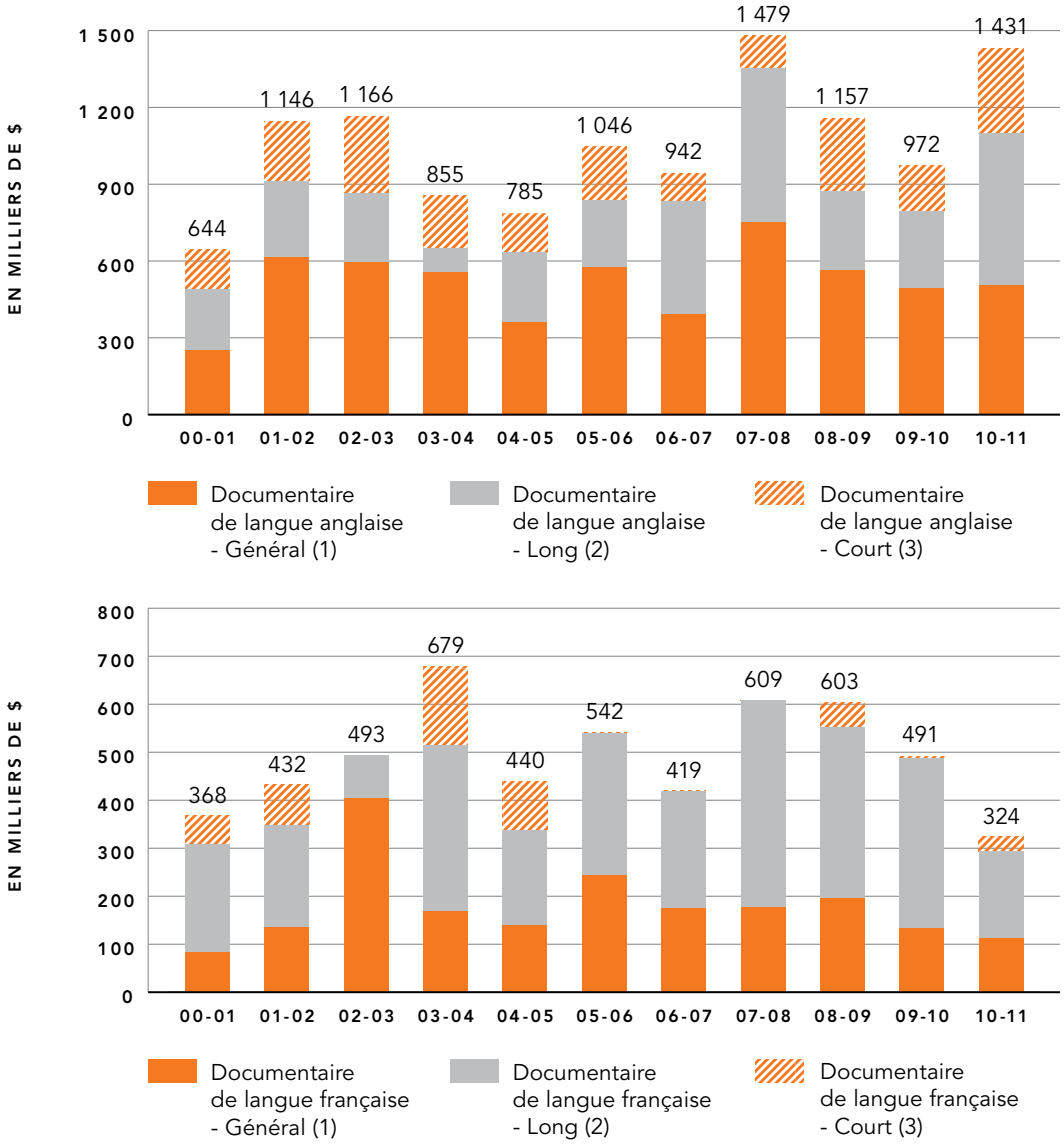
EN MILLIERS DE $	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Volume de production	5 766,7	6 560,7	3 783,0	7 846,9	3 995,0
Contribution moyenne	170,0	205,0	212,5	169,6	152,5
Budget moyen	1 922,2	1 093,4	1 261,0	1 307,8	665,8

Source : Téléfilm Canada.

LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Le Conseil des Arts du Canada (CAC) est également une société d'État fédérale. Créée en 1957, elle est une agence autonome de soutien aux arts. En 2011, le CAC a distribué plus de 154 millions de dollars en prix, en subventions et en dotations à des artistes et à des organismes artistiques, et plus de 1,75 million de dollars à des productions documentaires canadiennes.

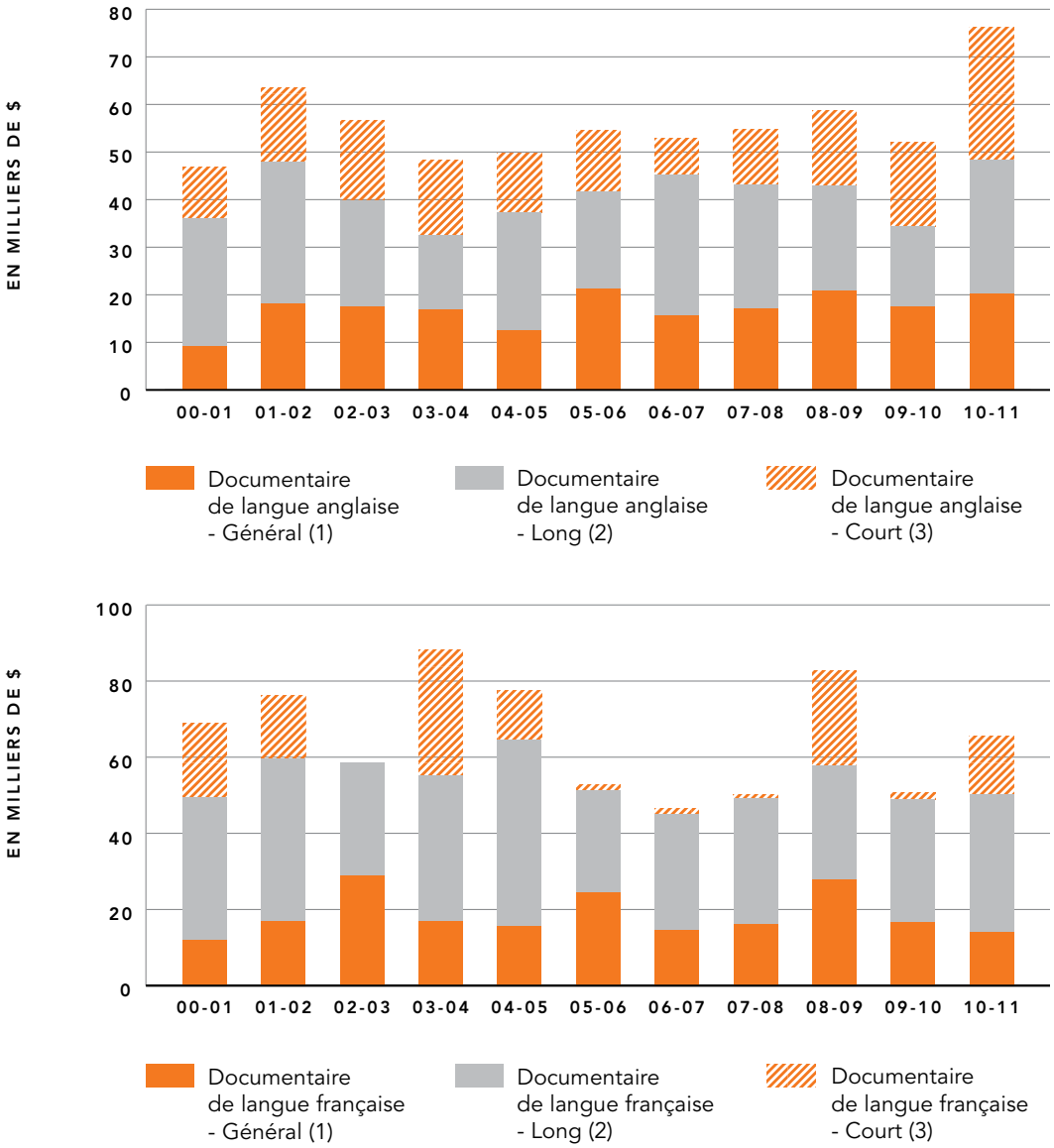
Illustration 3-54 : Conseil des Arts du Canada – volume du financement de documentaires selon le type d'activité, la catégorie et la langue (en 000 $)



(1) Documentaire général – Documentaire d'une longueur de 21 à 60 minutes. Inclut aussi d'autres formes de documentaires tels que les documentaires de bases de données. Documentaire non linéaire d'archives qui permet aux utilisateurs de consulter des documents, des images et des vidéos, de longueur indéterminée.
(2) Documentaire long – Documentaire de plus de 60 minutes.
(3) Documentaire court – Documentaire de 20 minutes ou moins.

Bien que le CAC ne soit pas une source majeure de financement pour le documentaire, il a fournit jusqu'à 36 000 $ par projet documentaire en 2010-2011.

Illustration 3-55 : Conseil des Arts du Canada – contribution moyenne aux projets documentaires, selon la catégorie (en milliers $)



(1) Documentaire général – Documentaire d'une longueur de 21 à 60 minutes. Inclut aussi d'autres formes de documentaires tels que les documentaires de bases de données. Documentaire non linéaire d'archives qui permet aux utilisateurs de consulter des documents, des images et des vidéos, de longueur indéterminée.
(2) Documentaire long – Documentaire de plus de 60 minutes.
(3) Documentaire court – Documentaire de 20 minutes ou moins.

LA SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO (SODIMO)

La SODIMO est un organisme du ministère du Tourisme, de la Culture et du Sport de l'Ontario. Elle promeut, favorise et stimule les investissements ainsi que la création d'emplois et d'œuvres originales dans les domaines de l'édition de livres et de revues, le cinéma et la télévision, les produits multimédias interactifs numériques et l'industrie de l'enregistrement sonore. La SODIMO offre divers soutiens financiers, entre autre pour le contenu et la mise en marché, en plus de fournir une aide à l'administration des crédits d'impôt provinciaux.

L'organisme offre un peu de financement au documentaire par l'intermédiaire de son Fonds pour la production cinématographique. Selon ses propres données, ce fonds a contribué au financement de trois longs métrages documentaires en 2010-2011. Notons qu'on ne retrouve pas ces chiffres dans les données fournies par le BCPAC, le CRTC et le FMC aux fins de ce rapport, à cause d'un décalage possible dans la cueillette de données (voir Annexe C – Méthodologie détaillée).

Illustration 3-56 : Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – financement de documentaires selon le type d'activité (en $)

TYPE	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Développement	-	20 690	25 000	75 000	70 000	100 620
Production	50 000	265 000	290 000	300 000	300 000	240 210
Total	**50 000**	**285 690**	**315 000**	**375 000**	**370 000**	**340 830**

Source : SODIMO.

Illustration 3-57 : Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – nombre de projets selon le type d'activité

TYPE	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Développement	0	1	1	3	3	5
Production	1	3	3	3	2	3
Total	**1**	**4**	**4**	**6**	**5**	**8**

Source : SODIMO.

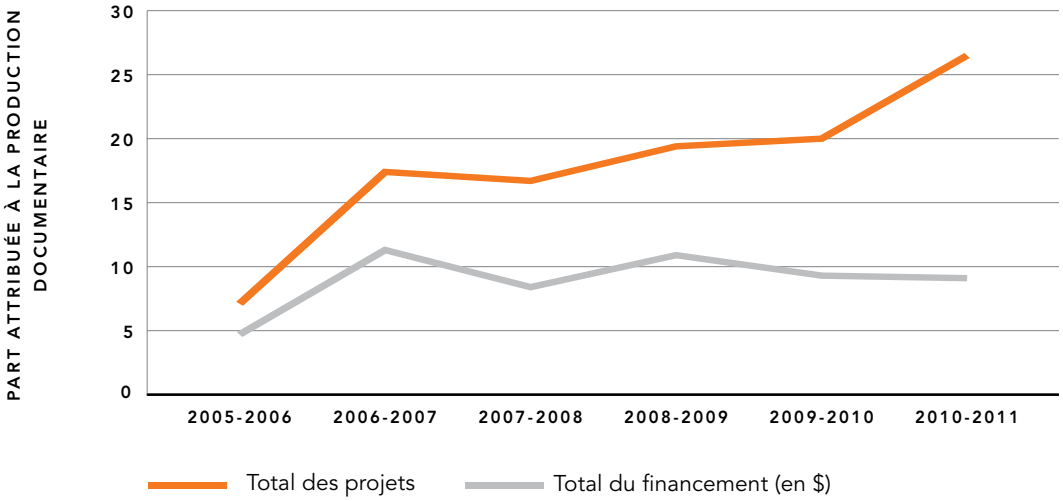
Illustration 3-58 : Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – volume total de production, contribution et budget moyens (en 000 $)

	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011
Volume de production	1 351,0	3 250,0	3 365,0	2 540,4	2 560,2	1 928,5
Contribution moyenne	50,0	88,3	96,7	100,0	150,0	80,1
Budget moyen	1 351,0	1 083,3	1 121,7	1 270,2	1 280,1	642,8

Source : SODIMO.

Selon les données de la SODIMO, 27 % des projets subventionnés par le Fonds pour la production cinématographique en 2010-2011 étaient des documentaires alors que la part du financement globale consacrée aux longs métrages documentaires n'était que de 9 %.

Illustration 3-59 : Fonds de la SODIMO pour la production cinématographique – part attribuée à la production documentaire



Source : SODIMO.

Sources de financement privées

Les deux principales sources de financement privées sont énumérées plus bas. Toutes deux reçoivent les contributions des distributeurs de services par câble et par satellite, tenus d'investir dans la programmation canadienne.

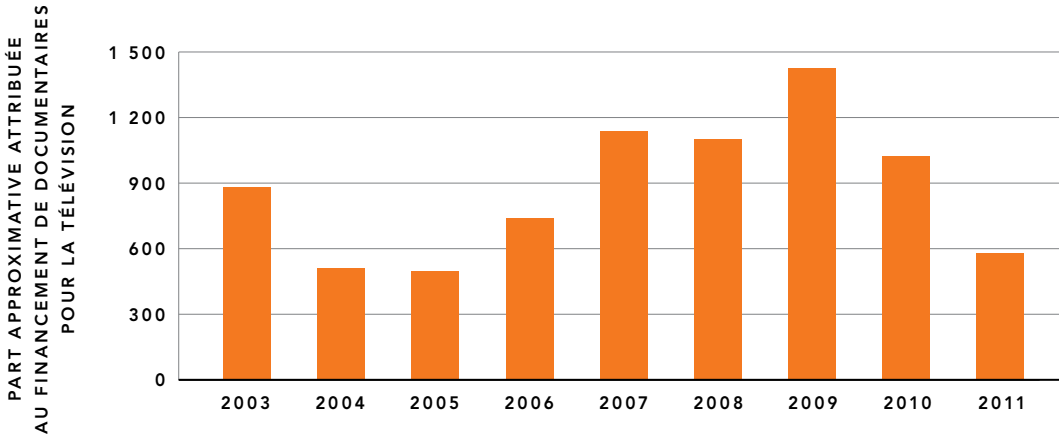
LE FONDS DOCUMENTAIRE ROGERS

Établi en 1996, le Fonds Rogers cherche à encourager la production documentaire des deux marchés linguistiques. Fixé à l'origine à un million de dollars/an, le Fonds Rogers a investi jusqu'à 1,8 million de dollars en 2010-2011 dans des projets documentaires déclenchés par des télédiffuseurs canadiens.

LE FONDS BELL (ANCIENNEMENT FONDS DE LA RADIODIFFUSION ET DES NOUVEAUX MÉDIAS DE BELL)

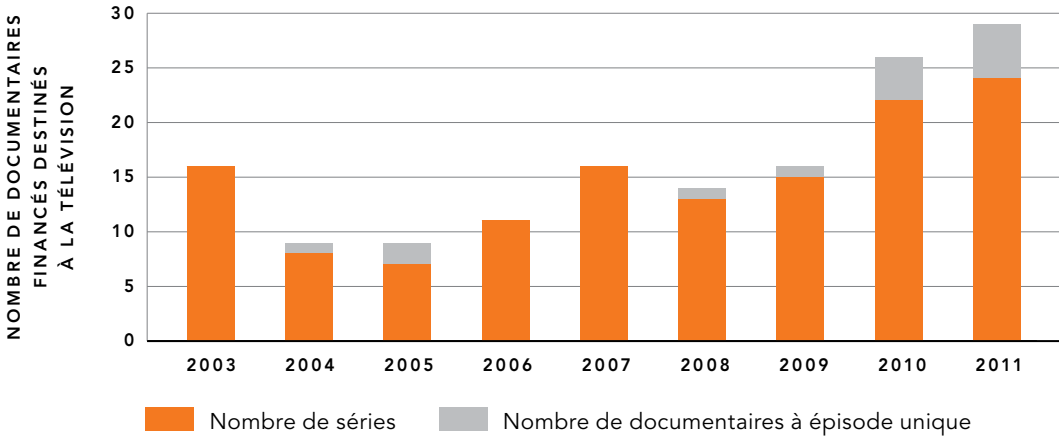
Connu désormais comme le Fonds Bell, celui-ci contribue depuis 14 ans à la production télévisuelle et numérique multiplateforme. En 2011, le Fonds Bell a investi 13 millions de dollars dans de tels projets.

Illustration 3-60 : Fonds Bell – contribution au financement de documentaires destinés à la télévision (en milliers $)



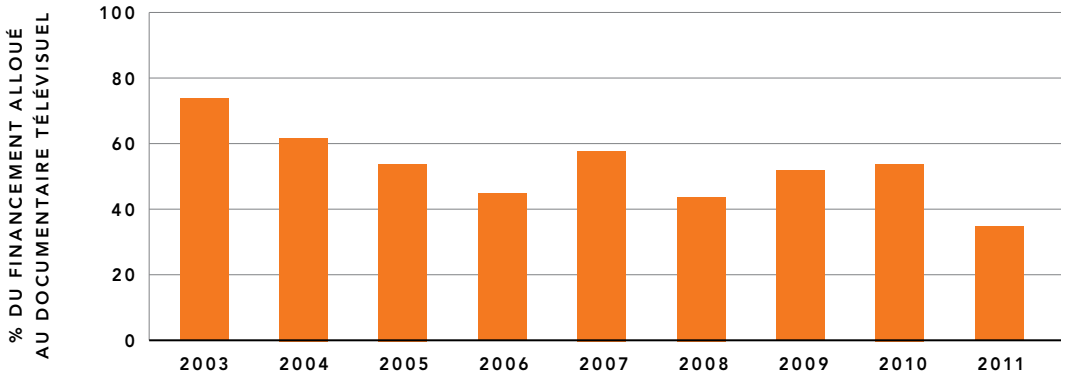
Source : Fonds Bell.

Illustration 3-61 : Fonds Bell – nombre de documentaires financés destinés à la télévision (nouveaux médias), selon la catégorie



Source : Fonds Bell.

Illustration 3-62 : Fonds Bell – part du FRNMB total consacrée au financement de documentaires destinés à la télévision



Source : Fonds Bell.

AUDITOIRES

Dans cette section, nous examinons les indices d'écoute de documentaires à la télévision canadienne. Les données nous viennent du FMC à partir de recherches effectuées par Sondages BBM (Bureau of Broadcast Measurement). Il donne un aperçu des documentaires les plus regardés, la part du documentaire dans l'ensemble des cotes d'écoute, la moyenne d'heures consacrées à l'écoute de documentaires et un sommaire des documentaires diffusés à heure de grande écoute.

Les 10 documentaires les plus populaires

MARCHÉ DE LANGUE ANGLAISE

La programmation télévisuelle canadienne est en constante rivalité avec celle des États-Unis. De façon générale, ce sont les comédies et les dramatiques américaines qui attirent le plus grand nombre de téléspectateurs, notamment du côté anglophone. Cela dit, plusieurs émissions canadiennes ont un auditoire de plus d'un million de personnes.

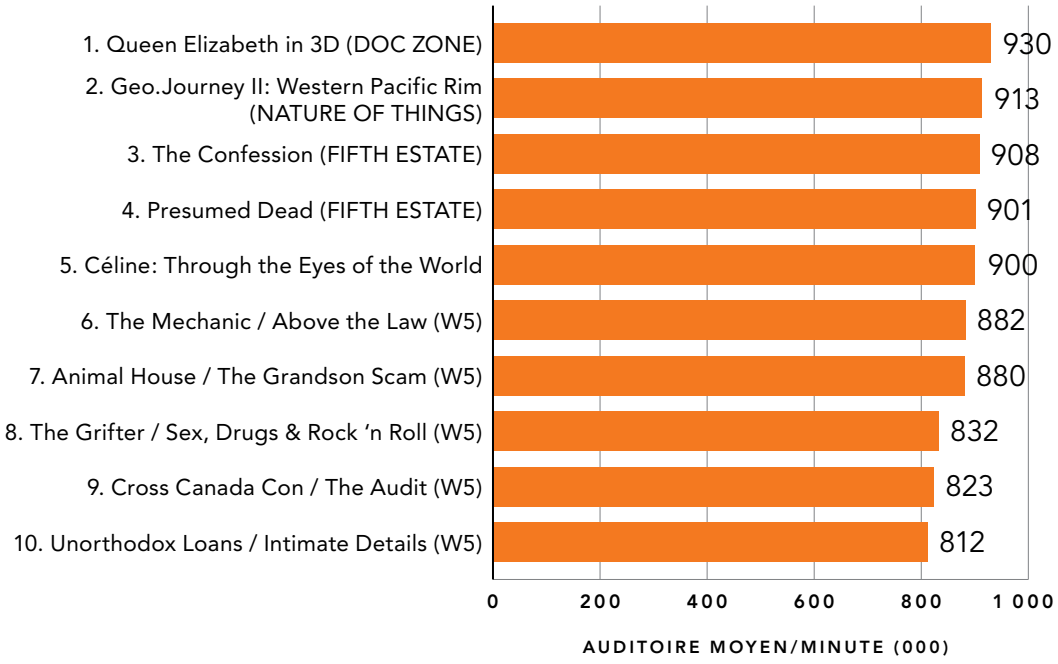
Pour le marché de langue anglaise, l'émission la plus regardée en 2010-2011 est la télésérie *Combat Hospital*, avec une moyenne de 1,8 million de téléspectateurs/minute, suivie de près par les dramatiques *Rookie Blue* et *Flashpoint*[16].

En 2010-2011, les 10 documentaires les plus vus ont attiré en moyenne plus de 800 000 téléspectateurs/minute, la palme allant à un épisode de *Doc Zone* à CBC, avec plus de 930 000 téléspectateurs. C'est d'ailleurs à l'antenne de CBC qu'on retrouve les émissions les plus populaires. Outre *Doc Zone* – qui présente beaucoup de productions documentaires indépendantes –, les émissions *The Nature of Things* et *The Fifth Estate* sont très populaires. À CTV, l'émission *W5* attire elle aussi beaucoup de monde, particulièrement les épisodes documentaires "*W5 presents*" mais d'autres épisodes soulèvent des questions quant à leur désignation de documentaire.

Pour les documentaires à plusieurs épisodes, ou diffusés plus d'une fois, seule la cote d'écoute la plus élevée a été retenue dans la cueillette des données. Pour les séries documentaires dont plus d'un épisode se retrouvait au palmarès, seul l'épisode le plus regardé a été retenu. À noter que nous ne tenons pas compte des émissions de type « art de vivre ».

16 CMPA, *Profil* 2011, p.52.

Illustration 4-1 : Palmarès des dix émissions documentaires télévisées les plus populaires (séries et documentaires à épisode unique), marché de langue anglaise, (année 2010-2011)

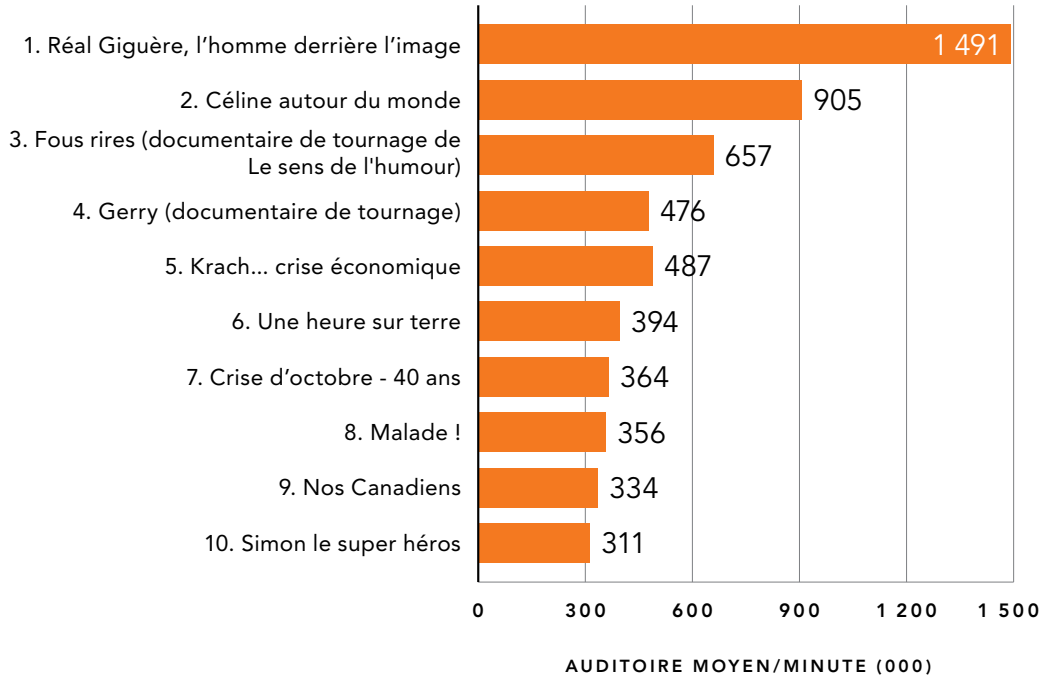


Du 30 août 2010 au 28 août 2011
Source : Service de recherche du FMC (BBM).

MARCHÉ DE LANGUE FRANÇAISE

Toutes proportions gardées, le public francophone regarde davantage la programmation canadienne. Les titres apparaissant au palmarès du documentaire de langue française ont tous attiré plus d'un million de spectateurs[17]. Le documentaire le plus regardé, *Réal Giguère, l'homme derrière l'image*, a rejoint 1,5 million de téléspectateurs/minute. *Céline autour du monde* suit avec 900 000 téléspectateurs/minute, les autres variant entre 300 000 et 650 000.

Illustration 4-2 : Palmarès des dix émissions documentaires télévisées les plus populaires (séries et documentaires à épisode unique), marché de langue française, (année 2010-2011)



Du 30 août 2010 au 28 août 2011
Source : Service de recherche du FMC (BBM).

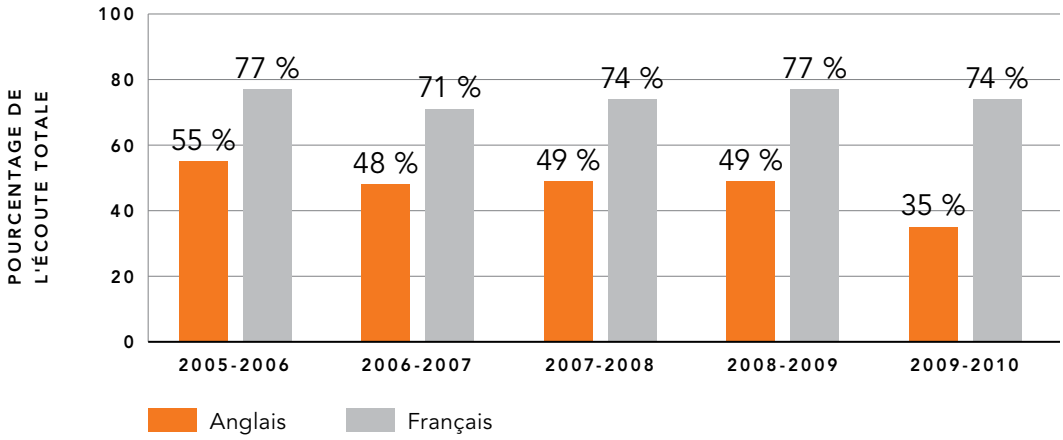
17 CMPA, *Profil* 2011, p.53.

La part de l'écoute des émissions canadiennes

Les documentaires canadiens attirent de bons auditoires sur les chaînes canadiennes, mais en ont perdu cependant en ce qui concerne les documentaires de langue anglaise. Les auditoires dans ce marché passent de 49 % en 2006-2007 à 35 % en 2009-2010. Il est difficile de connaître la nature exacte de ce déclin mais des facteurs probables incluent la baisse générale de production documentaire à la télévision, le nombre croissant de chaînes disponibles et la définition changeante du documentaire au cours des dernières années.

Pour le marché de langue française, les chiffres sont plus stables et indiquent un plus grand appétit pour les documentaires produits ici.

Illustration 4-3 : Part de l'écoute des émissions canadiennes (en pourcentage de l'écoute totale)



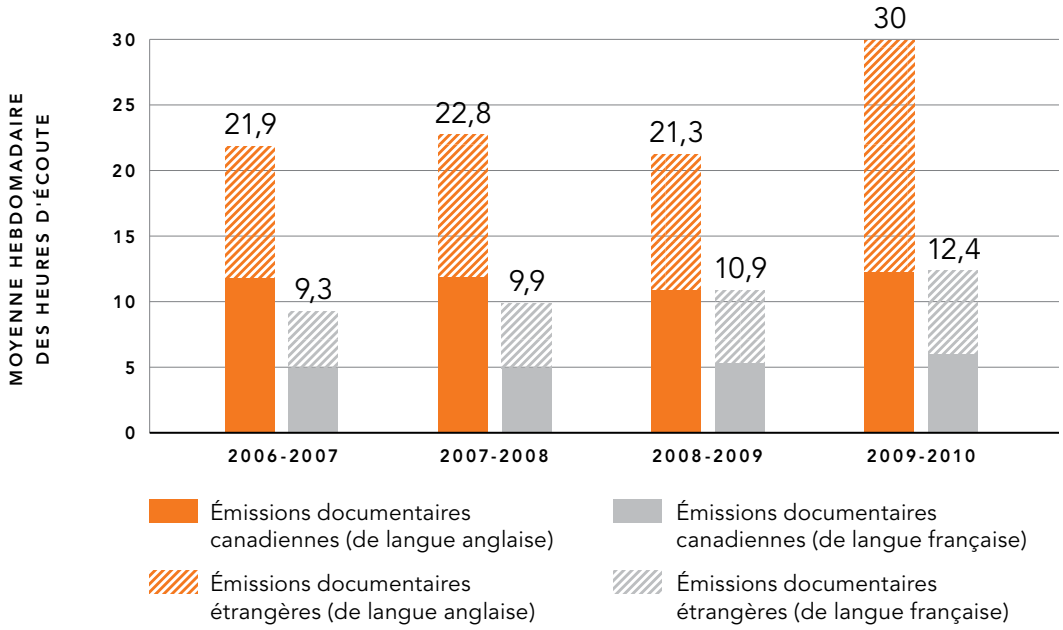
Source : Service de recherche du FMC (BBM).

Moyenne hebdomadaire des heures d'écoute du documentaire de longue durée

Les heures consacrées à l'écoute de documentaires de langue anglaise ont augmenté en 2010-2011. Cela dit, les heures consacrées à l'écoute de documentaires étrangers ont augmenté encore davantage.

Du côté francophone, la hausse est à peu près égale, qu'il s'agisse de documentaires canadiens ou étrangers, pour la période de 2006-2007 à 2009-2010.

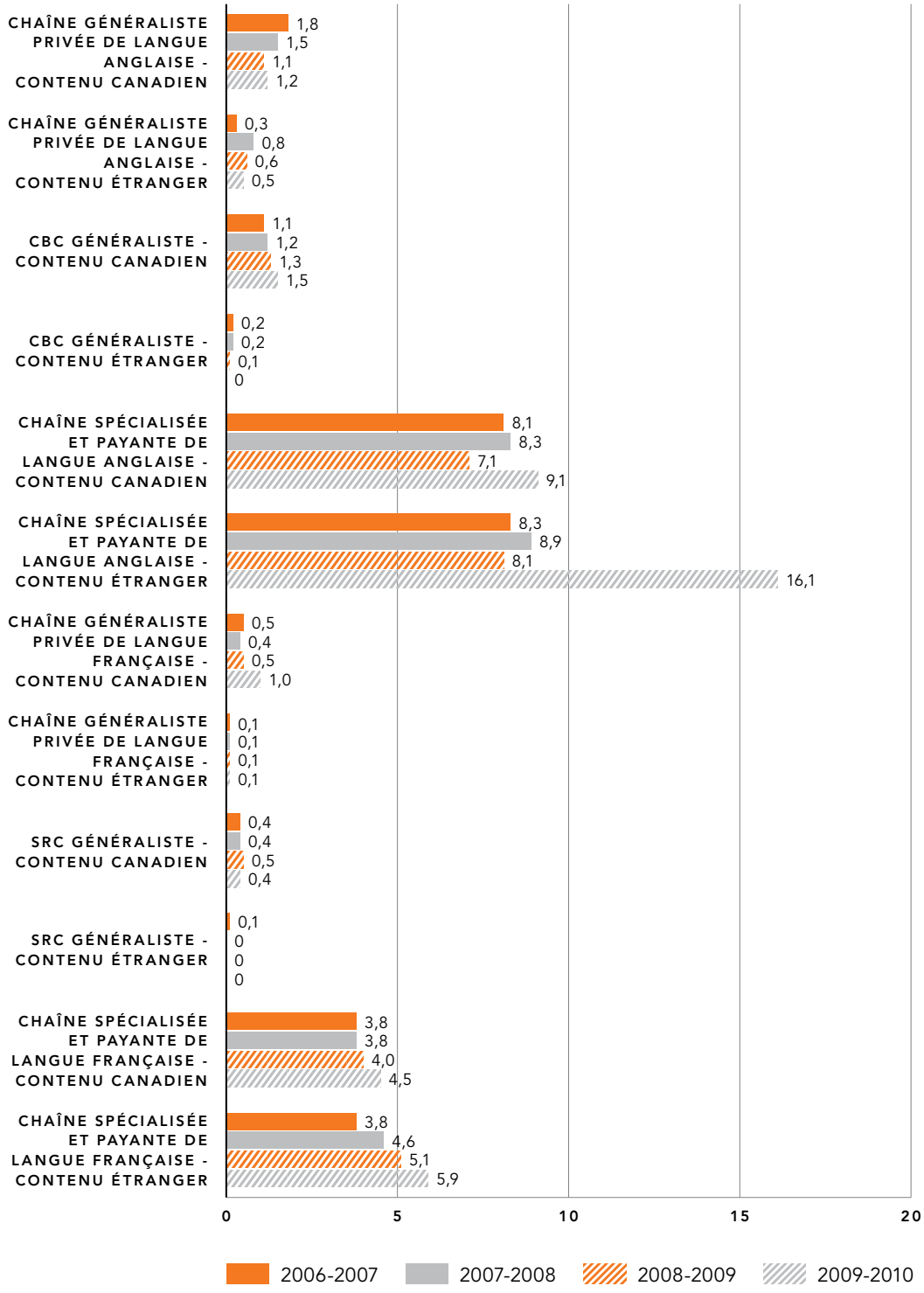
Illustration 4-4 : Nombre moyen d'heures d'écoute/semaine de documentaires canadiens, selon la langue



Source : Service de recherche du FMC (BBM).

Lorsqu'on compare la programmation offerte par les chaînes spécialisées et les télédiffuseurs généralistes, il est clair que ces derniers, tant de langue anglaise que de langue française, offrent peu de documentaires sur une base hebdomadaire. Comme l'indiquent nos données, peu importe le marché linguistique, on regarde beaucoup plus de documentaires sur les chaînes spécialisées. À noter cependant que les chaînes spécialisées de langue anglaise offrent plus d'heures consacrées au documentaire – tant canadien qu'étranger – que leurs vis-à-vis francophones. L'écoute de documentaires a quand même augmenté pour presque tous les diffuseurs canadiens en 2009-2010.

Illustration 4-5 : Nombre moyen d'heures d'écoute/semaine de documentaires canadiens, selon le type de chaîne et selon la langue



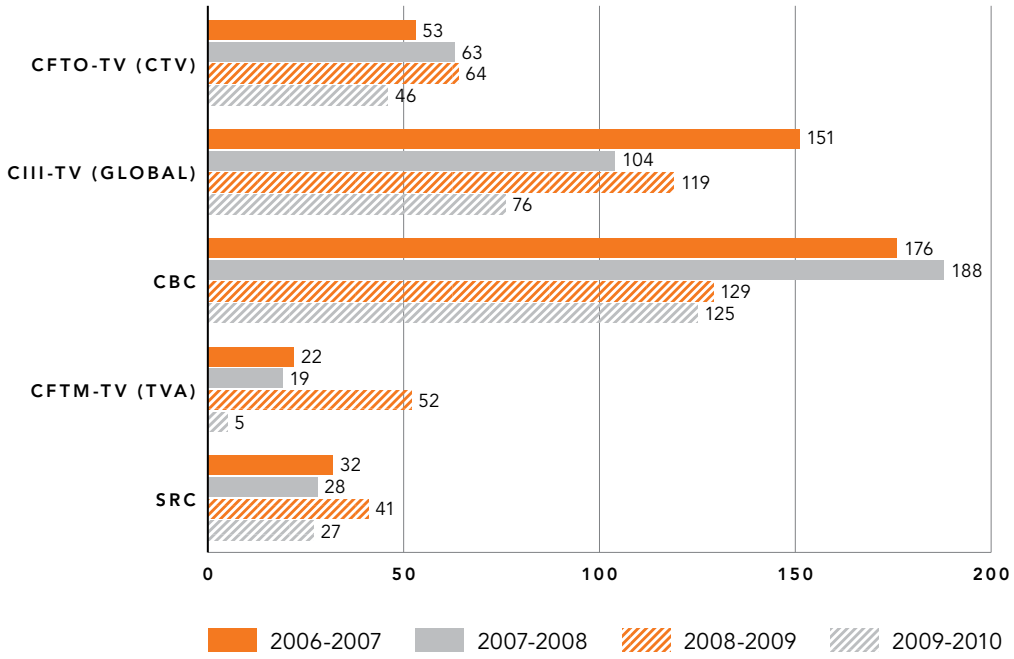
Source : Service de recherche du FMC (BBM).

ÉMISSIONS DOCUMENTAIRES AUX HEURES DE GRANDE ÉCOUTE

Depuis 1999, le CRTC exige des chaînes généralistes de langue anglaise huit heures de « programmation prioritaire » (dramatiques et documentaires, pour la plupart) à heure de grande écoute. Malgré cette obligation, la programmation de documentaires n'a fait que diminuer sur ces chaînes, particulièrement depuis 2008-2009.

Le flou qui entoure la définition de ce qui constitue un documentaire, du moins au moment d'en faire état au CRTC, complique les choses. Lors des renouvellements de licences en 2011, le CRTC a exigé des télédiffuseurs qu'ils se soumettent aux nouvelles définitions de la programmation documentaire et de téléréalité que la Commission élaborait à ce moment-là.

Illustration 4-6 : Télédiffusion d'émissions documentaires durant les heures de grande écoute (en heures)



Source : Service de recherche - FMC (BBM).
Note : le nombre d'heures diffusées par les chaînes généralistes est celui indiqué par leurs stations têtes de réseau.

Documentaires destinés aux salles

Le public canadien appuie toujours les longs métrages documentaires présentés en salle et dans les festivals. Bien qu'au Canada les recettes ne dépassent guère quelques centaines de milliers de dollars, nos longs métrages documentaires continuent à être en demande à l'étranger. De plus, les festivals et les diffusions en salles développent des auditoires pour les autres modes de distribution tel qu'en ligne et sur DVD.

PALMARÈS DES DIX DOCUMENTAIRES LES PLUS POPULAIRES À L'AFFICHE AU CANADA

Les longs métrages canadiens sont rarement des succès retentissants au box office. C'est aussi le cas pour les longs métrages documentaires. Les problèmes de diffusion en salles, le manque de promotion et bien d'autres facteurs sont responsables de cette situation. Pourtant, le succès grandissant de festivals de films documentaires indique une réelle demande pour le long métrage documentaire.

Cela dit, l'auditoire du long métrage documentaire varie passablement. Les films à gros budget en 3D sur la science ou sur la nature, ou encore des films qui traitent de musique, sont les plus populaires. En 2010 et 2011, ce sont les films sur l'environnement et l'écologie qui se sont hissés le plus souvent en tête de palmarès, même s'ils n'ont pas nécessairement généré beaucoup d'argent.

Illustration 4-7 : Palmarès des dix films documentaires les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2010)

	TITRE	DATE DE SORTIE AU CANADA	RECETTES-GUICHET (EN $)	PAYS D'ORIGINE	LANGUE ORIGINALE
1	*Oceans*	16 avril 2010	2 188 438	France-Suisse-Espagne	Anglais
2	*Hubble 3D*	19 mars 2010	2 160 036	USA	Anglais
3	*Celine: Through The Eyes Of The World*	12 février 2010	1 041 561	USA	Anglais-Français
4	*Under The Sea 3D*	13 février 2009	840 640	USA	Anglais
5	*Babies*	7 mai 2010	601 358	France	Multiples
6	*Exit Through The Gift Shop*	7 mai 2010	378 559	USA-Royaume-Uni	Anglais
7	*Inside Job*	29 octobre 2010	363 648	USA	Anglais
8	*Catfish*	24 septembre 2010	229 184	USA	Anglais
9	*Joan Rivers: A Piece Of Work*	13 août 2010	179 223	USA	Anglais
10	*Force Of Nature: David Suzuki*	1er octobre 2010	111 366	Canada	Anglais

Source : Données compilées par Patrimoine Canada sur la base des données provenant de la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.

Illustration 4-8 : Palmarès des dix films documentaires les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2011)

	TITRE	DATE DE SORTIE AU CANADA	RECETTES-GUICHET (EN $)	PAYS D'ORIGINE	LANGUE ORIGINALE
1	*Born To Be Wild*	8 avril 2011	1 671 166	USA	Anglais
2	*African Cats*	22 avril 2011	1 434 701	USA	Anglais
3	*Hubble 3D*	19 mars 2010	902 196	USA	Anglais
4	*Under The Sea 3D*	13 février 2009	598 075	USA	Anglais
5	*Cave Of Forgotten Dreams*	8 juillet 2011	529 693	France-Allemagne-Royaume-Uni	Anglais-Allemand
6	*Senna*	19 août 2011	196 737	UK	Anglais
7	*Inside Job*	29 octobre 2010	175 561	USA	Anglais
8	*Bill Cunningham New York*	22 avril 2011	169 540	USA-France	Anglais
9	*Pina 3D*	16 décembre 2011	150 027	Allemagne	Allemand
10	*Surviving Progress*	4 novembre 2011	109 523	Canada	Anglais

Source : Données compilées par Patrimoine Canada sur la base des données provenant de la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.

PALMARÈS DES 10 DOCUMENTAIRES CANADIENS LES PLUS POPULAIRES

Les documentaires canadiens produits en 2010 et en 2011 indiquent une préférence de l'auditoire pour des films d'auteur, en plus des films traitant de musique et d'écologie.

Illustration 4-9 : Palmarès des dix films documentaires canadiens les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2010)

	TITRE	DATE DE SORTIE AU CANADA	RECETTES-GUICHET (EN $)	PAYS D'ORIGINE	LANGUE ORIGINALE
1	*Force Of Nature: David Suzuki*	1er octobre 2010	111 366	Canada	Anglais
2	*The Last Train Home**	20 novembre 2009	87 744	Canada-Chine	Mandarin
3	*Rush: Beyond The Lighted Stage*	10 juin 2010	67 865	Canada	Anglais
4	*Le Cœur d'Auschwitz*	12 novembre 2010	20 386	Canada	Français
5	*Le petit monde d'Elourdes*	16 avril 2010	18 945	Canada	Français
6	*Intérieurs du delta*	26 mars 10	18 509	Canada	Français
7	*Hugh Hefner: Playboy, Activist & Rebel*	6 août 2010	18 396	Canada	Anglais
8	*Pierre Falardeau*	22 décembre 2010	16 209	Canada	Français
9	*The Coca-Cola Case*	26 février 2010	11 374	Canada	Anglais
10	*You Don't Like The Truth*	29 octobre 2010	8 327	Australie-Canada-Royaume uni	Anglais

Source : Données compilées par Patrimoine Canada sur la base des données provenant de la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.
* Le film *The Last Train Home* (Canada-China) est sorti en novembre 2009 et a fait 7744 $ de recettes-guichet en 2010, pour un cumulatif total de 122 523 $.
Notes :
Le film *Les dames en bleu* est sorti en octobre 2009 et a fait 224 $ de recettes-guichet en 2010 pour un cumulatif total de 66 617 $.
Le film *Trisomie 21 : Le défi Pérou* est sorti en février 2009 et a fait 240 $ de recettes-guichet en 2010 pour un cumulatif total de 45 421 $.
Le film *Questions nationales* est sorti en septembre 2009 et a fait 1100 $ de recettes-guichet en 2010 pour un cumulatif total de 4 364 $.

Illustration 4-10 : Les dix films documentaires canadiens les plus populaires à l'affiche dans les salles de cinéma au Canada (en 2011)

	TITRE	DATE DE SORTIE AU CANADA	RECETTES-GUICHET (EN $)	PAYS D'ORIGINE	LANGUE ORIGINALE
1	*Surviving Progress*	4 novembre 2011	109 523	Canada	Anglais
2	*Godin*	18 mars 2011	60 396	Canada	Français
3	*Trou Story*	4 novembre 2011	54 873	Canada	Français
4	*The Whale*	28 octobre 2011	47 734	Canada	Anglais
5	*Chercher le courant*	28 janvier 2011	42 410	Canada	Français
6	*Pierre Falardeau*	22 décembre 2010	41 593	Canada	Français
7	*Chasing Madoff*	26 août 2011	39 777	Canada	Anglais
8	*La nuit, elles dansent*	20 mai 2011	31 709	Canada	Français
9	*Eco-Pirate: Story Of Paul Watson*	22 juillet 2011	26 842	Canada	Anglais
10	*À St-Henri le 26 août*	20 mai 2011	17 020	Canada	Français

Source : Données compilées par Patrimoine Canada sur la base des données provenant de la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.
Note : Le film *Force of Nature: The David Suzuki Movie* est sorti en janvier 2010 et a fait 381 $ de recettes-guichet en 2011 pour un cumulatif total de 111 747 $. Le film *Pierre Falardeau* est sorti en décembre 2010 et a fait 41 593 $ de recettes-guichet en 2011 pour un cumulatif total de 60 522 $.

Le tableau qui suit démontre la longévité de certains succès documentaires canadiens. Ils sont l'illustration de la demande à « longue traîne » permettant à certains documentaires d'accumuler un auditoire avec le temps, au Canada comme ailleurs.

Illustration 4-11 : Recettes-guichet nationales et internationales cumulées (en $ US)

	ANNÉE DE SORTIE	RECETTES-GUICHET TOTALES À CE JOUR
The Corporation	2004	3 493 516
Sharkwater	2007	1 658 393
Up The Yangtze	2008	1 029 211
Anvil – The Story of Anvil	2009	951 380

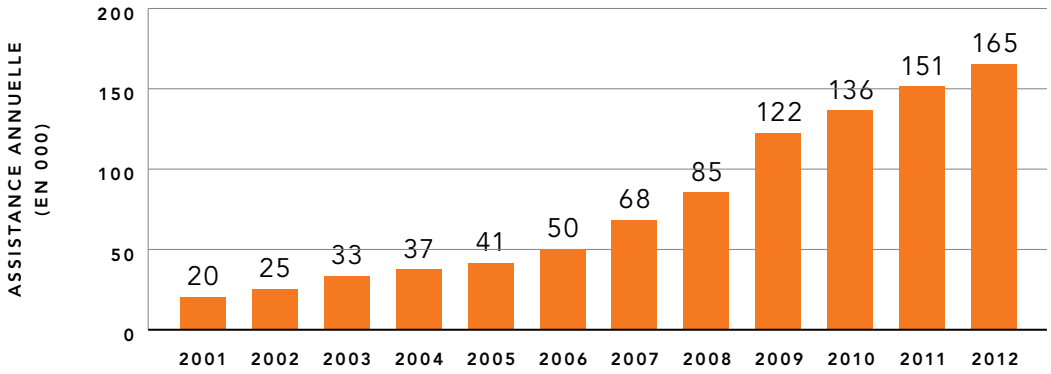
Sur la base de données provenant de Box Office Mojo – www.boxofficemojo.com.
Note : il existe une légère différence entre ces données d'auditoire pour le film *The Corporation*, telles qu'enregistrées par Box Office Mojo, et les chiffres fournis par les producteurs eux-mêmes dans l'étude de cas qui suit. De plus, Box Office Mojo ne semble pas compiler toutes les ventes internationales et ses chiffres sont en dollars US.

Festivals de films documentaires

Les festivals de films sont devenus un rendez-vous incontournable pour les producteurs, les distributeurs et les investisseurs étrangers voulant faire des transactions ou se familiariser avec les derniers développements dans le milieu du cinéma documentaire.

Le Festival canadien du documentaire international Hot Docs, de Toronto, est le plus important festival de films documentaires en Amérique du nord. Au printemps 2012, Hot Docs atteignait une fréquentation record de 165 000 participants. L'événement, d'une durée de 11 jours, présentait 395 visionnements, 189 films sur 14 écrans, en plus de conférences et de rencontres en tous genres, célébrant 20 ans de promotion du documentaire.

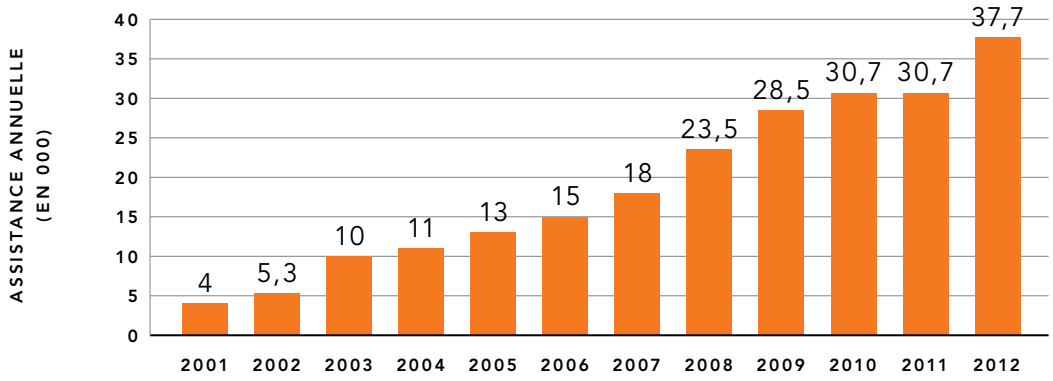
Illustration 4.12 : Assistance annuelle au Festival canadien du documentaire international Hot Docs



Source : Hot Docs.

En novembre 2012, les Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM) présentait 12 jours de films, de rencontres et de forums, et accueillait 85 invités internationaux. Créées en 1998, les RIDM offrent au public comme aux professionnels du milieu une sélection des meilleurs documentaires canadiens et étrangers de l'année. Le documentaire est un pilier de la culture québécoise, ce que l'augmentation de 33 % du nombre de participants aux RIDM, en plus des 50 % du nombre d'entrées, a confirmé en 2012.

Illustration 4-13 : Assistance annuelle aux Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM)



Source : RIDM.

ÉTUDES DE CAS

Le documentaire se prête bien à une stratégie de distribution « à longue traîne ». Dans cette édition de *Toute la vérité*, nous voulons démontrer l'étendue des marchés que rejoint le documentaire, tout en soulignant les difficultés que connaissent les producteurs de documentaires à atteindre ces marchés.

Chacun des cas présentés ici a une structure financière qui lui est propre. En même temps, tous ont en commun l'obtention de droits de diffusion qui leur a permis de boucler leur budget, grâce aux crédits d'impôt et autres subventions fédérales. Chacun des cas a donc produit une version télévisée de leur film mais aussi, une fois cette exigence remplie, une version long métrage destinée aux salles et au marché international, ainsi que des versions pour les marché institutionnel ou non télévisuel.

Comme le démontre les données fournies dans ce rapport, 98 % de la production documentaire de langue anglaise et 87 % de la production de langue française sont conçus pour la télévision. On peut dire, sans équivoque, que la production documentaire repose sur la participation des télédiffuseurs.

Pourtant, les documentaristes ont de plus en plus de difficultés à obtenir la participation d'un télédiffuseur qui déclenche le financement du FMC et les crédits d'impôt. Rappelons aussi que les documentaires conçus pour des marchés autres que celui de la télé ne bénéficient plus du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants. De plus, les fonds disponibles au programme du long métrage pour le documentaire de Téléfilm Canada ne financent que quelques documentaires seulement.

Nos quatre études de cas –*The Corporation, Ballet Girls, Chercher le courant* et *Inside Disaster* – représentent un large échantillonnage de la production documentaire canadienne depuis 10 ans. Le premier a comme cible le monde des affaires, le deuxième, celui de la danse, le troisième est un projet militant environnemental et le quatrième offre une analyse en profondeur de l'aide humanitaire.

Ballet Girls et *Inside Disaster* soulignent l'importance de trouver un créneau spécifique permettant une réactualisation constante de contenu. *The Corporation* et *Chercher le courant* démontrent l'utilité du marquage (*branding*), lorsque le contenu et la maison de production deviennent indissociables l'un de l'autre, ce qui leur confère une certaine notoriété

Au moment où l'univers télévisuel se détourne du documentaire, ces études de cas offrent de précieux aperçus de la production documentaire au Canada ainsi que des obstacles qui lui sont propres. Elles démontrent, notamment, à quel point le long métrage documentaire, institutionnel ou autre, est à la merci d'un système qui s'intéresse de moins en moins à ce type de travail.

ÉTUDE DE CAS : THE CORPORATION

PROJET D'ORIGINE

The Corporation – série (3 x 1 heure), 2003.

DESCRIPTION

The Corporation explore la nature et la montée spectaculaire de l'institution la plus en vue de notre temps. Examinant ce type d'organisme comme s'il s'agissait d'une personne morale, le film soumet la corporation à un examen psychiatrique et pose la question « À qui a-t-on affaire ? » (tiré de www.thecorporation.com).

DÉVELOPPEMENT

L'idée du film est survenue lors d'une conversation entre Joel Bakan et Mark Achbar, en 1997. Les deux hommes trouvaient intéressant d'examiner le comportement d'une corporation en tant qu'institution. Joel Bakan devait écrire le livre et, avec Mark Achbar, développer le film au même moment. La proposition de film fut soumise à plusieurs endroits mais aussitôt rejetée. L'ONF refusa de participer à la phase de développement, de même que CBC et d'autres réseaux importants. C'est grâce à une présentation du projet à Banff, en 1999, et à l'intérêt manifesté par TV Ontario (TVO), qu'une structure financière a pu s'élaborer.

Conçu à l'origine comme une série de quatre heures (4 x 1h), le projet a par la suite été réduit à trois heures à cause de contraintes budgétaires. Les ententes financières exigeaient que le projet soit produit d'abord pour la télévision, mais les producteurs avaient toujours en tête une version long métrage pour les festivals et les sorties en salles. La série télévisuelle ainsi que la version long métrage (145 min) ont été construites à partir de plus de 450 heures de matériel et de 100 heures d'entrevues.

FINANCEMENT

La sérié télévisée a été financée grâce aux droits de diffusion de TVO et autres télés éducatives : Knowledge Network (C-B), SCN (Sask), Access (Alta) et la chaîne spécialisée Vision TV. Les subventions sont venues du Fonds de télévision du Canada (aujourd'hui FMC), de Téléfilm Canada, de BC Film, du Fonds canadien de film et de la vidéo indépendants, du Fonds documentaire Rogers et de Rogers Telefund, en plus des crédits d'impôt provincial et fédéral et de dons privés. La version du film en 35 mm a été en partie financée par Téléfilm Canada et par les producteurs eux-mêmes.

Il aura fallu six ans pour financer et compléter le film. Il fut lancé au Festival international du film de Toronto (TIFF) en 2003 et présenté au Festival Sundance en 2004 où il remporta le prix du public pour le meilleur documentaire international.

BUDGET DE PRODUCTION

Le budget initial était de 1,39 million de dollars.

DISTRIBUTION

Comme il est mentionné sur le site Web, *The Corporation* est le documentaire canadien le plus populaire de tous les temps !

Le film a été vu dans plus de 50 festivals à travers le monde et a remporté 26 prix internationaux, dont 10 prix du public. Il a amassé plus de 5,5 millions de dollars mondialement, faisant de *The Corporation* le deuxième film le plus vendu pour Zeitgeist Films, distributeur du film.

RECETTES-GUICHET

- Au Canada : 1 739 766 $
- Aux États-Unis : 2 218 400 $
- À l'international : 1 602 905 $
- Au total : 5 561 071 $

REFORMATAGE

Le film, tiré du livre *The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power* de Joel Bakan, est un excellent exemple de réussite quant à l'utilisation simultanée de plusieurs médias, avec le même contenu, pour augmenter le potentiel de distribution. Le film et le livre ont été créés et lancés en même temps.

Au cours des huit dernières années, les producteurs ont reformaté le contenu de la façon suivante :

- Version télévision : 3 x 1 h.
- Version institutionnelle (DVD) : 3 x 1h, 145min, 120min.
- Version en trois volets : Partie 1 (53 min 57 s), Partie 2 (38 min 52 s), Partie 3 (35 min 10 s)
- Version MBA : cinq modules de formation pour cours MBA, conçus par Tima Bansal au Richard Ivey School of Business
- Version mini (4 min 37 s) : *The Corporation in the Grade 8 Classroom*
- Version festival : 1 x 167 min (pour les cinq premiers festivals), 1 x 145 min (pour les festivals subséquents)
- Version long métrage (en salle) et VOD : 1 x 145 min
- Version internationale : 1 x 145 min, en plusieurs langues
- Version Web : 23 chapitres sur YouTube
- Version iTunes, Hulu, Amazon : 1 x 145 min

Les ventes sur iTunes, sur Hulu et sur Amazon, entre autres, sont enregistrées en Amérique du Nord et en Australie par New Video, qui leur fournit le film. Au début, le piratage du film pouvait être retracé. Mais après 500 000 téléchargements illégaux, les producteurs

ont finalement opté pour une autre stratégie : ils ont joint au film une demande de donation, en plus d'une offre d'édition spéciale de DVD avec options supplémentaires.

YouTube, qui distribue uniquement la version *The Corporation* en 23 chapitres (agrémentée d'une demande de donation et la promo DVD), a enregistré 5 750 903 visionnements[18]. Des extraits du film ainsi que des chapitres du livre ont été vendus à des éditeurs qui joignent un DVD au livre, ce dernier faisant partie des ouvrages traitant de sociologie ou des affaires. Des extraits ont aussi été vendus à Face to Face Media de Vancouver qui en a fait une compilation pour les cours d'études sur les médias.

COÛTS TOTAUX

Pour toutes versions, incluant le Web et le DVD : 1,8 million de dollars.

La version nord-américaine a été financée en partie par Big Picture Media Corporation, Zeitgeist Films and Mongrel Media. Certaines versions étrangères ont été financées par les distributeurs ou télédiffuseurs des pays en question.

EXPLOITATION FUTURE

Big Picture Media, conjointement avec Good Company/Hellocoolworld.com, ont récemment financé une version trois volets destinée aux écoles secondaires. Big Picture Media affichera sur YouTube, et à ses frais, les options de cette version.

PARTICULARITÉS DU PROJET

Les premiers investisseurs n'avaient pas prévu le succès et la longévité de *The Corporation*. De toute évidence, l'approche socioéconomique et politique du film a intéressé le public et est arrivée au bon moment. De plus, son contenu demeure d'actualité. Les producteurs trouvent encore des façons de le mettre en valeur et ils ont su créer une « image de marque » autour du projet. Aujourd'hui, on les considère comme des experts et sur le thème des corporations et sur celui la production de documentaires de ce genre.

Mais *The Corporation* réussirait-il à se financer aujourd'hui? La question se pose puisque beaucoup des investisseurs qui ont permis le démarrage du film (SCN, Access Alberta et le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants) n'existent plus.

18 En date du 17 janvier 2013.

ÉTUDE DE CAS : BALLET GIRLS

PROJET D'ORIGINE

Ballet Girls – miniséries (3 x 1h), 2006.

DESCRIPTION

Explorant le monde extrêmement compétitif du ballet, *Ballet Girls* nous fait entrer dans les coulisses d'une école professionnelle de danse où des préadolescentes tentent d'être admises, poursuivant leur rêve d'être un jour *prima ballerina*, avec tous les drames et les dures réalités que cela implique. Le film en trois parties se termine sur la performance triomphale de la jeune fille jouant Clara lors de la production annuelle de *Casse-Noisette* (tiré de www.meritmotionpictures.com).

DÉVELOPPEMENT

La productrice Merit Jensen Carr a eu l'idée de suivre un groupe de jeunes filles sur le point d'auditionner pour une place à l'école du Royal Winnipeg Ballet (RWB). Avec la productrice Vonnie Von Helmot, gagnante d'un prix Emmy pour le film de danse *Dracula*, les deux femmes, toutes deux de Winnipeg, ont suivi les aspirantes ballerines à partir des auditions pancanadiennes, puis à l'école d'été du RWB et finalement à l'école-pensionnat du RWB. Le dernier volet du film se penche sur les auditions pour le rôle de Clara dans le *Casse-Noisette* que présente à Noël le RWB, s'attardant sur la gagnante et son éventuelle performance avec la célèbre compagnie de danse.

Le projet a été soumis au réseau Bravo! qui a commandé une minisérie de 3 heures.

FINANCEMENT

Droits de diffusion de Bravo!, subvention du FTC et crédits d'impôt provincial et fédéral.

BUDGET DE PRODUCTION

900 000 $

REFORMATAGE

Avec plus de 200 heures de matériel tourné, les productrices réussissent à intéresser Christal Films dans une éventuelle version long métrage. Ce distributeur leur remet un « minimum garanti » (MG) de 50 000 $. Leur soumission auprès du Fonds long métrage de Téléfilm est, par contre, refusée.

Vu l'argent déjà investi par Christal Films, Super Channel se joint au projet, ce qui permet l'embauche d'un monteur pour la version long métrage. La venue de Super Channel ouvre aussi la porte aux fonds du Manitoba Film and Music Production. Malheureusement, Christal Films fait faillite peu de temps après, forçant les productrices à revenir à la case départ, en plus de devoir 50 000 $ à Super Channel, dette qu'elles devront éventuellement payer de leurs poches.

Présenté à ShowCanada, le projet se voit sélectionné par Cineplex Odeon pour une projection garantie dans 30 salles. Une deuxième soumission présentée à Téléfilm pour la post-production (fin de montage, musique, version Web, droits, etc.), est cette fois acceptée. Rebaptisé *TutuMuch*, le film est lancé le 17 janvier 2010 sur 60 écrans Cinéplex à travers le Canada. Dès la première semaine, le film fait partie des cinq films canadiens les plus courus et deux visionnements amassent, à eux seuls, 25 000 $.

Depuis, le film a été primé aux festivals de films jeunesse en Chine et à Chicago et a été présenté à Cannes, à Séoul, en République tchèque et à travers l'Europe.

REFORMATAGE

- *TutuMuch*, long métrage documentaire (83 min), 2010.
- Minisérie (3 x 1h) pour Bravo!
- Long métrage pour diffusion en salles (au Canada, en Australie et en Nouvelle Zélande)
- Blu-Ray (Cinéplex Odéon)
- Version Super Channel
- Version DVD, avec bande-annonce et photos, distribuée par Alliance (HMV, Superstore, Wal-Mart, etc.)
- VOD Canada (KinoSmith)
- iTune Canada (KinoSmith)
- Delphis World Distribution
- Long métrage pour diffusion en salles par le distributeur américain First Run Features (à venir en 2013)

BUDGET DE PRODUCTION

600 000 $

FINANCEMENT

Investissement producteur, Fonds d'achèvement Téléfilm, Manitoba Film and Music, crédits d'impôt provinciaux et fédéraux.

EXPLOITATION FUTURE

Les productrices s'apprêtent à créer une série Web d'environ 20 épisodes de 11 minutes, et envisagent d'autres adaptations en ligne ainsi qu'une version jeu vidéo. Le sujet étant intemporel, elles croient possible de réactualiser le contenu afin de rejoindre les nombreux adeptes du ballet.

PARTICULARITÉS DU PROJET

TutuMuch a été largement distribué au cinéma, ce qui est assez exceptionnel pour un film documentaire, à plus forte raison pour un documentaire qui traite des arts. En même temps, les obstacles rencontrés par les productrices illustrent bien l'instabilité du circuit commercial pour le long métrage documentaire.

En tant que série documentaire, *Ballet Girls* verrait difficilement le jour dans le contexte actuel. Bravo! ne commandite plus de documentaires sur les arts (à épisode unique ou en série), et il existe très peu d'alternatives ailleurs.

ÉTUDE DE CAS : CHERCHER LE COURANT

PROJET INITIAL

Cherchez le courant – long métrage documentaire, 2010.

DESCRIPTION

Avec la participation de l'acteur bien connu Roy Dupuis, le film de Nicolas Boisclair et d'Alexis de Gheldere dénonce le projet de barrages hydro-électriques sur la rivière Romaine. Parcourant quelques 500 km, de l'embouchure du Labrador au fleuve Saint-Laurent, ce *road-movie* environnemental relate l'histoire énergétique de la province, les coût environnementaux du projet et les alternatives existantes à l'hydroélectricité, en se demandant comment les idéaux de social-démocratie ont pu se transformer en appât du gain et en destruction environnementale (voir www.chercherlecourant.com).

DÉVELOPPEMENT

Conçu à l'origine comme une série documentaire, le projet devait suivre l'expédition de huit personnes sur la Romaine, chaque épisode mettant en valeur des énergies vertes. Mais n'ayant pu trouver les fonds nécessaires, les cinéastes décident de réaliser plutôt un long métrage documentaire de leur propre expédition sur la Romaine. Bien qu'ils réussissent à obtenir des fonds de développement de la SODEC, ils échouent pour l'étape de production. Toutes les chaînes qui sont approchées, dont Télé-Québec et Canal D manifestent de l'intérêt mais refusent de se commettre. Même chose à Radio-Canada à qui on présente le projet à deux reprises.

Le film a donc dû se faire par étapes. Les cinéastes investissent de leurs poches afin de pouvoir entreprendre l'expédition en 2008. Hydro-Québec devant commencer la construction des barrages en 2009, il fallait filmer avant que l'environnement ne soit altéré à tout jamais. L'urgence se fait sentir. On crée un blogue pour permettre au public de suivre l'aventure. Différents médias – LCN, la radio de SRC et les journaux locaux et nationaux – en font l'objet de reportages. Pour terminer le film, les cinéastes sollicitent alors des fonds auprès du secteur privé et des organismes sans but lucratif. Le montage se fait en 2009-2010 et la version longue (86 min) est prête en novembre 2010.

EXPLOITATION

Le film est lancé aux Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM) en novembre 2010 où il remporte le prix du public et une mention spéciale dans la catégorie Eco Caméra. Sans offre de distributeurs, les cinéastes entreprennent de distribuer eux-mêmes le film dans d'autres festivals. Le film remporte le prix du meilleur documentaire au Festival de Sept-Îles.

Les cinéastes poursuivent activement la promotion de *Chercher le courant*. En janvier 2011, ils louent la salle de l'ONF à Montréal et en font la promotion sur les médias sociaux. Le concept de leur affiche est percutant ; ils décident de le reproduire sur des t-shirts et des sacs qui sont mis en vente. Le cinéaste Nicolas Boisclair et le narrateur Roy Dupuis sont invités à *Tout le monde en parle*, l'émission la plus regardée au Québec avec un auditoire de plus d'un million de personnes. Leur prestation favorise énormément la campagne de diffusion.

Le film commence à attirer l'attention. Les cinéastes entreprennent une tournée au Québec pour présenter le film, appuyée par la promotion sur les médias sociaux.

Le film est désormais en demande et des blogueurs bien connus en débattent. Les recettes en 2011 sont d'environ 60 000 $.

Convaincus du potentiel de leur film, les cinéastes rencontrent Radio-Canada et RDI pour discuter d'éventuelles télédiffusions. Ceux-ci sont prêts à payer la juste valeur marchande pour le film, ce qui permet l'obtention de crédits d'impôt. On demande une version quelque peu abrégée (75 min), ce qui fut réalisé en avril 2011.

Les cotes d'écoute sont bonnes : 317 000 auditeurs à Radio-Canada et 100 000 à chacune des présentations à RDI. La version télé remporte un prix Gémeaux en 2012 pour le meilleur documentaire (société). Le film est aussi le plus regardé sur Tou.tv (diffusion Web) en mai 2011 et il trouve acheteurs auprès d'Explora et de TV5 Monde.

Suite à la télédiffusion de *Chercher le courant*, la vente de DVD explose. En même temps, les cinéastes poursuivent la présentation du film dans les cinéclubs de collèges et d'universités. Les coûts de ces projections sont défrayés à même les entrées.

Plus tard, grâce à la participation de l'organisme Les Créations Briser le silence, le film reçoit une donation du Mountain Equipment Coop pour qu'il soit projeté, en présence des cinéastes, dans 30 écoles au Québec et en Ontario. Chaque école devait payer 25 $, en échange duquel il recevait un DVD, incluant les droits de diffusion pour leur établissement. Les producteurs du film explorent actuellement la possibilité d'une tournée des écoles en France, par l'intermédiaire des Rendez-vous du cinéma québécois.

BUDGET DE PRODUCTION

- Budget pour l'expédition : 20 000 $
- Capital de départ : 9000 $
- Budget final : 250 000 $

Les deux réalisateurs ainsi que leur producteur, Denis McCready, investissent 20 000 $ pour les frais de tournage en canot. Ils trouvent ensuite 9000 $ pour passer à l'étape suivante, mais une fois tous les apports comptabilisés, le budget final est de 250 000 $. La participation de Radio-Canada ouvre la porte à des crédits d'impôt et le minimum garanti du distributeur Rapide-Blanc permet de solliciter 93 345 $ de plus. Les profits réalisés depuis par la distribution du film permettent de rembourser les investissements personnels et les honoraires différés des membres de l'équipe (à 30 % en janvier 2013).

REFORMATAGE

D'un long métrage de 86 min, le film passe, dans un premier temps, à une version de 75 min. Ensuite, en février 2011, les producteurs en font une version anglaise, *Seeking the Current*, lancée au Festival de films de Vancouver. Il est également projeté à Planet in Focus, en plus de visionnements aux États-Unis, en France, en Suisse et en Belgique. Un DVD présentant plus de quatre heures de matériel additionnel est réalisé pour le marché francophone. Il s'agit de scènes de tournage inédites et d'un supplément d'entrevues avec des experts.

Le film est en vente sur le Web, en versions française et anglaise, par le biais de Dynamo Player, de Moncineweb (Québec) et de Screezone (Australie).

EXPLOITATION FUTURE

Les producteurs cherchent à mettre des extraits du contenu supplémentaire sur YouTube pour mousser la vente des DVD. Ils examinent la possibilité de rendre le film accessible sur VOD, sur Netflix et sur d'autres sites, en anglais et en français. De plus, les cinéastes tâtent le terrain des festivals de films hispanophones, beaucoup de pays latino-américains étant aux prises avec des projets de barrage hydroélectrique.

Éventuellement, les cinéastes ont l'intention de permettre l'accès gratuit au film en ligne pour favoriser une plus libre circulation de l'information. Afin de couvrir une partie des coûts, ils réfléchissent à l'insertion d'une publicité au début du flux vidéo ("pre-roll").

PARTICULARITÉS DU PROJET

Au Québec et au New Hampshire, les cinéastes se sont transformés en commis voyageurs, assurant plus de 220 projections dans 120 cinéclubs et petits cinémas, et dans un grand nombre de collèges et d'universités du Québec. Le film est un bon exemple d'une campagne citoyenne réussie autour d'un sujet environnemental auquel les cinéastes et producteurs sont intimement associés. En même temps, il illustre les difficultés qui attendent les cinéastes qui ne réussissent pas d'emblée à attirer un télédiffuseur. Il a fallu que les réalisateurs investissent personnellement, et qu'ils s'avancent dans la réalisation du projet bien avant qu'un télédiffuseur ne vienne alléger la charge du financement.

ÉTUDE DE CAS : INSIDE DISASTER HAÏTI

PROJET INITIAL

Inside Disaster Haïti – minisérie (3 x 1h), 2011.

DESCRIPTION

Inside Disaster Haïti suit les secouristes de la Croix-Rouge alors qu'ils s'apprêtent à intervenir après le tremblement de terre de 2010. Il s'agit, pour cet organisme international, de la plus importante intervention de leur histoire. Dans les semaines qui ont suivi le désastre, 600 secouristes professionnels venant de 30 pays sont sur place. Basée dans le camp de la Croix-Rouge, l'équipe de tournage a un accès sans précédent aux gens et aux situations déchirantes qui se déroulent tout autour. Tourné pendant six mois, le film va au-delà des manchettes pour plonger au cœur d'une opération de secours d'urgence, du début à la fin (tiré de www.insidedisaster.com).

DÉVELOPPEMENT

À l'automne 2007, la réalisatrice-productrice Nadine Pequeneza négocie auprès de la Fédération internationale de la Croix-Rouge la possibilité d'avoir accès à des équipes de secouristes, avec l'intention d'en faire éventuellement un documentaire télé. C'était bien avant la tragédie en Haïti. Après avoir conclu une entente avec la Croix-Rouge, elle demande à Andrea Nemtin, de PTV Productions, de coproduire le projet avec elle. Elles le proposent ensuite à TV Ontario (TVO) qui est d'accord pour le développement d'une minisérie de trois épisodes.

TVO entrevoit la possibilité d'un traitement transmédia, ce qui répondrait tout à fait aux nouvelles exigences du FMC, soit l'ajout d'une composante numérique à tout documentaire. De concert avec le Fonds Bell, TVO finance un budget de développement Web de l'ordre de 100 000 $, avant même le début de production du documentaire.

En septembre 2009, les productrices ont bouclé leur structure financière et disposent de deux équipes de tournage prêtes à travailler avec la Fédération internationale de la Croix-Rouge. Après trois faux départs – un tsunami à Samos, un tremblement de terre en Indonésie, un typhon au Philippines – elles seront finalement envoyées en Haïti avec les secouristes de la Croix-Rouge. L'équipe tourne plus de 180 heures sur une période de six mois, faisant état de tout ce qui a été accompli lors de cette tragédie.

BUDGET DE PRODUCTION

- Minisérie : 1 300 000 $
- Composante Web : 400 000 $

FINANCEMENT

La minisérie est essentiellement financée par les fonds publics. TVO et l'Agence canadienne de développement international (ACDI) sont les principaux bailleurs de fonds, avec la participation de Canal D, d'Access, de SCN et de iChannel. L'ensemble des droits de diffusion consentis satisfait l'exigence seuil du FMC et déclenche un financement. Les productrices reçoivent aussi une avance de distribution de ITVS Global Entertainment et l'appui du Fonds de télédiffusion et nouveaux médias Bell.

La minisérie de trois heures est diffusée au Canada pour la première fois en 2011 sur TVO, sur Access, sur SCN et sur Canal D, en plus d'une deuxième fenêtre à Knowledge Network en 2012. Les droits internationaux sont détenus par ITVS et, jusqu'à maintenant, la série a été vue en Australie, à Singapour, à Taiwan, en Égypte, au Maroc, en Algérie, en Tunisie, en Chine, en Grèce et au Soudan.

REFORMATAGE

Marché du long métrage : La version longue de *Inside Disaster Haïti* est réalisée à l'étape de postproduction, sans financement additionnel. Le long métrage est ensuite présenté dans divers festivals, dont le One World Human Rights Film Festival, le festival de films de Milano, le Festival international de films de droits humanitaires et le Festival de films de Sechuan. Une version française est également réalisée et diffusée sur Canal D. De plus, la version française (DVD) se vend bien à l'étranger.

Marché institutionnel : Avec l'aide financière de TVO et du Fonds de télédiffusion et des nouveaux médias Bell, les productrices créent une ressource pédagogique. Il s'agit de présenter le contenu du documentaire en différents chapitres en vue d'en faire un outil éducatif. Les productrices présentent leur projet lors d'une journée pédagogique du Conseil scolaire de Toronto, ce qui amène plusieurs ventes. Il y aurait beaucoup plus à faire sur le marché institutionnel mais un manque de temps et d'argent les en empêchent.

Marché du numérique et du DVD : Le matériel inutilisé dans le film sert à alimenter le site Web et le DVD interactif. *Inside Disaster Haïti* a été conçu comme un projet multiplateforme, incluant un site interactif (InsideDisaster.com) et des simulations personnelles (Inside the Haïti Earthquake) qui permettent d'explorer certains aspects de la tragédie, en plus de l'aide humanitaire comme telle. Ces deux projets comprennent à la fois du matériel tiré du documentaire et du matériel tourné ou photographié par l'équipe Web de PTV Productions.

Les différentes versions DVD sont vendues sur le site du documentaire (InsideDisaster.com). En comptabilisant le nombre de visites et le temps passé sur le site, les productrices ont pu en mesurer l'impact. Elles n'ont pas pu prévoir, par contre, la popularité de leur projet auprès d'organismes humanitaires qui ont été les plus gros acheteurs de DVD, en commençant par la Croix-Rouge qui en a fait un outil de formation.

Marché du vidéo de formation : À partir des 180 heures de matériel tourné, on a également conçu des vidéos pour un programme universitaire destiné aux chirurgiens envoyés dans des zones sinistrées, et pour la formation des Unités de secours d'urgence de la Croix- Rouge. Pour les productrices, il s'agissait d'assurer une formation pour les équipes de premiers secours tout en faisant la promotion de leur film. Elles n'ont d'ailleurs facturé la

Croix-Rouge que pour les coûts encourus. Ces outils de formation ont été largement utilisés au Canada ainsi que dans 20 autres pays.

REFORMATAGE À VENIR

Vu le succès remporté auprès de la Croix-Rouge et des programmes universitaires, les productrices envisagent de proposer leur film au Bureau de la coordination des affaires humanitaires des Nations Unies, un joueur important dans le domaine des interventions humanitaires d'urgence.

PARTICULARITÉS DU PROJET

Bien que le FMC exige depuis 2010 une composante numérique pour tous les projets documentaires, la création multiplateforme s'est avérée à la fois onéreuse et ardue pour bon nombre de documentaristes qui font face à une réduction des fenêtres de diffusion et à une diminution des budgets. Mais *Inside Disaster Haïti* est un exemple particulièrement réussi de ce type d'arrimage. De plus, le film est un des rares qui a réussi à trouver tout son financement avant même que le projet ne soit écrit. Notons, par contre, que l'ACDI ne finance plus de documentaires, une perte importante de financement pour ce genre de projet.

RÉFÉRENCES

Association des documentaristes du Canada. *Toute la vérité Volume 4 : Un profil économique de l'industrie documentaire canadienne*, 2011.

Box Office Mojo : www.boxofficemojo.com

Canadian Media Production Association (CMPA) : www.cmpa.ca
Profile 2011, février 2011.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) : www.crtc.gc.ca
Rapport de surveillance du CRTC sur les communications 2011, 2012.

Conseil des Arts du Canada : http://canadacouncil.ca/fr
Rapport annuel, 2011.

Festival international du film documentaire Hot Docs : www.hotdocs.ca

Fonds Bell : http://bellfund.ca/funding-programs

Fonds des médias du Canada (FMC) : www.cmf-fmc.ca
Rapport annuel, 2010-2011.
Recherche FMC (BBM).
FMC – Lignes directrices et définitions – Enveloppes de rendement des télédiffuseurs et Enveloppe POV.

Fonds documentaire Rogers : www.rogersgroupoffunds.com/documentary_fund2.php

Office national du film du Canada : www.onf.ca

Patrimoine Canada, Rapports des recettes-guichets 2010, 2011 (d'après les données fournies par Motion Picture Theatre Associations of Canada).

Rencontres internationales du documentaire de Montréal (RIDM) : www.ridm.qc.ca

Téléfilm Canada : www.telefilm.gc.ca
Rapport annuel 2011.
Lignes directrices pour le Programme pour le long métrage documentaire.

Études de cas :

- *The Corporation* : Mark Achbar
- *Ballet Girls* : Vonnie Von Helmolt, Merit Jensen Carr
- *Chercher le courant* : Sylvie Van Brabant
- *Inside Disaster Haïti* : Nadine Pequeneza

ANNEXE A : GLOSSAIRE

Auditoire moyen par minute (AM/min)	Ensemble des personnes présentes pendant la durée d'une émission (ou d'une tranche horaire) au cours d'une minute moyenne de cette émission.
BCPAC	Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens.
Canada atlantique	Aussi appelé Provinces de l'Atlantique. À ne pas confondre avec les Maritimes dont ne fait pas partie Terre-Neuve-et-Labrador
CBC	Canadian Broadcasting Corporation. Pour la programmation de langue française, voir SRC.
Chaîne généraliste	Chaîne de télévision détentrice d'une licence, qui diffuse par ondes hertziennes, par câble ou par satellite.
Chaîne spécialisée	Chaîne de télévision détentrice d'une licence, qui ne diffuse que par câble ou par satellite de radiodiffusion directe. Ces chaînes spécialisées offrent généralement un type de programmation thématique : sports, alimentation, histoire, musique, etc. Bien que certaines chaînes spécialisées soient comprises dans l'abonnement de base offert par les services de câblodistribution (et par satellite), la plupart d'entre elles sont optionnelles.
CIPC	Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne.
CISP	Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique canadienne.
Contenu canadien, production de	Production interne de télédiffuseurs canadiens et de l'ONF, et production indépendante certifiée par le BCPAC ou par le CRTC.
Coproduction internationale	Production issue d'un accord intervenu entre deux sociétés de pays différents qui consentent un apport en ressources financières et humaines. Une telle production n'est généralement pas admissible au certificat du BCPAC et, par conséquent, ne peut se prévaloir d'un financement public.
CMPA	Canadian Media Producers Association
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes.

Distribution à longue traîne	Stratégie de distribution qui met l'accent sur le succès d'un contenu de niche au fil du temps. Les films à succès et les titres de milieu de catalogue ont un taux plus élevé d'achat/d'auditoire, mais le nombre total de spectateurs des films « à la traîne » (le reste des titres) est considérablement plus grand.
Documentaire basé sur des faits concrets	Contenu documentaire certifié par le BCPAC, mais non subventionné par le FMC, filtré de manière à le distinguer du documentaire de longue durée. Peut être une émission de téléréalité ou de mode de vie.
Documentaire de longue durée	Documentaire certifié par le BCPAC, filtré de manière à le distinguer du documentaire basé sur des faits concrets.
Documentaire destiné aux salles	Documentaire dont les salles de cinéma constituent la première fenêtre de diffusion. Le long métrage est sa forme la plus fréquente.
Documentaire d'opinion	Documentaire où un point de vue précis ou un commentaire en détermine la trame. Une sous-catégorie du documentaire d'auteur, en raison de ses similitudes avec le cinéma d'auteur.
Droits de diffusion	Redevance qu'un télédiffuseur paie à une société de production pour acquérir le droit de diffuser une production donnée, selon un ensemble de conditions spécifiques (territoire, langue, durée et nombre de diffusions, etc.). Parfois appelés licence.
Émission à épisode unique	Court, moyen ou long métrage, émission spéciale ou pilote. Pour le genre documentaire, la plupart des émissions à épisode unique sont des métrages de moins de 75 minutes.
Emplois directs	Emplois directement reliés à la production d'émissions de télévision et de longs métrages. Les emplois directs sont les emplois dans les maisons de production ou les emplois liés à la production chez les télédiffuseurs.
Emploi équivalent temps plein (ETP)	Est défini comme le nombre total d'heures travaillées divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans des emplois à temps plein.
Emplois indirects	Emplois créés dans d'autres industries découlant de l'activité économique engendrée par la production télévisuelle et cinématographique. Y sont compris les emplois dans tous les secteurs de l'économie, comme les services, la vente au détail et la construction, à l'exclusion des emplois procurés par les entreprises de production et les télédiffuseurs.

FCFVI	Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants.
Filtre des documentaires de longue durée	Méthode conçue pour distinguer, parmi les données du BCPAC, le contenu véritablement documentaire, et éliminer les documentaires basés sur des faits concrets ayant fait l'objet d'une erreur de déclaration.
Financement public direct	Forme de financement comprenant les prêts, les participations au capital, les droits de diffusion, les subventions et les contributions de sources gouvernementales, dont la SRC-CBC. Le financement public direct exclut les crédits d'impôt.
Financement public indirect	Soutien financier indirect du gouvernement sous forme de crédits ou de dégrèvements fiscaux accordés aux maisons de production.
Fonds des médias du Canada (FMC)	Organisme mixte public-privé qui finance la création de contenus canadiens pour la télévision et autres plateformes numériques. Le FMC est soutenu par des contributions du gouvernement fédéral canadien, et par les distributeurs de services par câble et par satellite. Le 1er avril 2010, le Fonds canadien de télévision (FCT) et le Fonds des nouveaux médias du Canada ont été fusionnés pour créer le Fonds des médias du Canada (FMC).
Long métrage documentaire	Documentaire d'au moins 75 minutes tel que reconnu par le FMC, le BCPAC et Téléfilm Canada.
MPTAC	Motion Picture Theatre Associations of Canada, soit la Fédération des associations de propriétaires de cinémas du Canada.
Minimum garanti	Avance consentie par le distributeur pendant la production du film ou pour la prise en charge des dépenses de distribution (achat d'espaces publicitaires, tirage de copies, coûts de promotion divers). Ces avances sont remboursables à même les recettes d'exploitation du film revenant au producteur.
Minisérie	Série documentaire de six épisodes ou moins, et qui ne sera pas renouvelée.
ONF	Office national du film du Canada.
Ouest canadien et Territoires	Alberta, Colombie-Britannique, Manitoba, Nunavut, Saskatchewan, Territoires du Nord-Ouest et Yukon.

Production certifiée par le BCPAC	Production certifiée « canadienne » aux fins du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC). Sont exclues les productions étrangères se prévalant du crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP), qui doivent aussi être certifiées par le BCPAC sans pour autant être tenues pour « canadiennes ».
Production de société affiliée	Production d'une société dont au moins 33 % du capital est la propriété de télédiffuseurs.
Production destinée au marché non commercial	Production dont la principale fenêtre de diffusion est constituée par les maisons d'enseignement, les établissements publics ou les circuits de diffusion autres que la télévision, les salles de cinéma ou le marché consommateur.
Production indépendante	Production créée par des sociétés privées non affiliées à des télédiffuseurs.
Production interne	Production maison d'une chaîne généraliste privée, de la SRC-CBC ou d'une chaîne de télévision payante ou spécialisée.
Production non certifiée par le BCPAC	Production reconnue comme canadienne par le CRTC mais non par le BCPAC.
Production non subventionnée par le FMC	Production certifiée canadienne par le BCPAC ou le CRTC, mais créée sans le soutien du FMC. Le plus souvent, ce type de production obtient du BCPAC de 6 à 9 points sur une échelle de 10 pour son contenu canadien.
Série documentaire	Série d'émissions documentaires contenant plus de six épisodes. Ces séries sont principalement destinées à la télévision et peuvent être renouvelées.
SODIMO	Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario.
Sondages BBM	Connu à l'origine comme le Bureau of Broadcast Management quand il a fait son apparition dans les années 40, Sondages BBM est un organisme de mesure de l'auditoire pour la télévision et la radio canadiennes.
SRC	Société Radio-Canada. (Pour la programmation de langue anglaise, voir CBC.)

Valeur d'exportation	La valeur d'exportation mesure l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Elle se compose des préventes et avances de distribution à l'étranger de toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution des production non certifiées par le BCPAC ainsi que de la valeur globale des productions étrangères réalisées au Canada et de celles qui font appel à des services de production canadiens.
Volume de production	Ensemble des dépenses de production télévisuelle et cinématographique au Canada, c'est-à-dire la somme de tous les budgets de production des œuvres réalisées au Canada.

ANNEXE B : DÉFINITIONS DE « DOCUMENTAIRE »

Un des défis les plus importants rencontrés dans la préparation d'un profil de l'industrie du documentaire – profil basé sur des données de différentes sources – est que chaque source diffère quant à sa définition du terme « documentaire ». Cette annexe décrit certaines de ces différences et peut aider à distinguer le documentaire des autres productions non fictives telles que les productions de téléréalité ou de style de vie.

Fonds des médias du Canada (FMC)

Dans ses Principes directeurs de programmes, le FMC définit le documentaire comme suit :

« Un documentaire est une œuvre originale non fictive conçue dans le but principal d'informer, mais qui peut aussi éduquer et divertir en présentant une analyse critique en profondeur d'un sujet ou un point de vue en particulier pendant au moins 30 minutes (moins le temps réservé pour les messages publicitaires, le cas échéant). Ces émissions ne doivent pas être utilisées à des fins commerciales. »

Le FMC y ajoute cette remarque :

> *Bien que le FMC reconnaisse qu'il existe une demande du marché pour des émissions factuelles contenant des éléments portant sur des modes de vie ou des éléments de téléréalité, ce genre d'émission n'est pas admissible au financement du FMC parce qu'il ne constitue pas un documentaire. Le mandat du FMC est de fournir un soutien aux projets des genres sous-représentés, incluant les émissions documentaires. La définition du genre « documentaire » dans cette section (incluant la définition des émissions non admissibles) met en œuvre ce mandat. Le FMC respectera étroitement cette définition du genre « documentaire ». Le FMC n'appuiera pas les projets constituant des « émissions non admissibles » ou qui ne respectent pas la définition de toute autre façon.*

Les projets principalement axés sur le divertissement ne sont pas considérés comme des documentaires aux fins de l'évaluation du FMC. Le FMC présente une longue liste de types de productions documentaires non admissibles, dont :

- Émissions pratico-pratiques
- Émissions portant sur des modes de vie
- Réalité (complètement ou moins artificielle)
- Réalité et mode de vie de vedettes
- Émissions portant sur des modes de vie et des réalisations
- Émissions portant sur des modes de vie et des concours
- Émissions portant sur des modes de vie et des récits de voyage
- Émissions portant sur des modes de vie et téléromans à caractère documentaire
- Émissions segmentées

(Consulter le site Web du FMC pour la description complète de ces productions au www.cmf-fmc.ca)

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

En 2010, le CRTC a révisé les catégories de productions, incluant les documentaires, dans le cadre de la mise en œuvre de son nouveau Régime d'émissions d'intérêt national afin d'encourager la production et la diffusion de dramatiques canadiennes, de documentaires et de spectacles de remise de prix. Cette révision a amené le CRTC à définir une nouvelle catégorie de productions dites « émissions de téléréalité de style documentaire ».

Le CRTC définit les documentaires de la façon suivante :

Catégorie 2(b) Documentaire de longue durée

> *« Œuvres originales, autres que de fiction, conçues principalement pour informer, mais qui peuvent aussi instruire et divertir, donnant une analyse critique approfondie d'un sujet ou d'une opinion, d'une durée minimum de 30 minutes (moins un délai raisonnable pour les messages publicitaires, le cas échéant). Ces émissions ne doivent pas être utilisées à des fins commerciales. »*

En outre, les productions qui tombent sous la **Catégorie 11(b)** (Émissions de téléréalité de style documentaire) ne se qualifient pas comme des productions 2(b).

De plus, le CRTC a établi des catégories de productions distinctes pour les productions de type mode de vie, incluant la **Catégorie 5(b)** Émissions éducatives informelles/Récréation et loisirs et la **Catégorie 11(a)** Émissions de divertissement général et d'intérêt général. Ces productions ne se qualifient pas comme des documentaires de longue durée.

Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)

Le BCPAC définit le documentaire par la négative. Le règlement qui s'applique au BCPAC décrit en effet les types de productions exclues de la catégorie documentaire aux fins du crédit d'impôt fédéral, plutôt que de définir quel type de production est inclus.

Pour être d'un genre admissible, la production ne doit pas entrer dans les catégories suivantes :

- une émission d'information, d'actualités ou d'affaires publiques, ou une émission qui comprend des bulletins sur la météo ou les marchés boursiers ;
- une interview-variétés ;
- une production comportant un jeu, un questionnaire ou un concours ;
- la présentation d'une activité ou d'un événement sportif ;
- la présentation d'un gala ou d'une remise de prix ;

- une production visant à lever des fonds ;
- de la télévision vérité ;
- de la pornographie ;
- de la publicité ;
- une production produite principalement à des fins industrielles ou institutionnelles ;
- une production, autre que documentaire, qui consiste, en totalité ou presque, en métrage d'archives.

Une grande partie des données utilisées pour préparer *Toute la vérité 5* vient du BCPAC, mais la méthode de filtrage a été appliquée en vue d'exclure les documentaires basés sur des faits.

Office national du film du Canada (ONF)

L'ONF n'appuie que le développement et la production de documentaires d'opinion. Les documentaires d'opinion ou documentaires d'auteur peuvent comprendre des éléments de narration autobiographique, des essais, des documentaires d'enquête, des films expérimentaux ou du cinéma direct.

Téléfilm Canada

Téléfilm Canada appuie la production ou la postproduction de longs métrages documentaires par son Programme de long métrage documentaires destinés aux salles. Toutefois, les Principes directeurs ne fournissent pas de définition d'un film documentaire. En général, pour être considéré comme admissible au programme, un projet doit être un long métrage documentaire de langue anglaise ou de langue française ciblant principalement les auditoires canadiens des salles de cinéma. Les projets doivent être d'une durée d'au moins 75 minutes et ceux qui sont destinés au marché de la télévision ne sont pas admissibles.

ANNEXE C : MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE FOURNIE PAR LE GROUPE NORDICITÉ

Pour préparer *Toute la vérité 5*, l'Association des documentaristes du Canada (DOC) a fait appel à plusieurs des méthodologies et concepts tirés de *Profile*, le rapport économique annuel sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada de l'Association canadienne de production des médias, ainsi que de ses rapports périodiques de recherche sur l'industrie.

I. Volume de production

L'estimation du volume annuel total de production de documentaires de longue durée au Canada comprend la somme de la production certifiée par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) (« production certifiée par le BCPAC »), de la production certifiée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) (« production certifiée par le CRTC »), de la production interne des télédiffuseurs et de la production interne de l'Office national du film (ONF). Certaines statistiques concernant le volume annuel de coproductions internationales régies par un accord proviennent de Téléfilm Canada.

PRODUCTIONS CERTIFIÉES PAR LE BCPAC

Les estimations du volume annuel de production de longs métrages documentaires sont basées sur les données fournies par le BCPAC. Ce dernier publie des statistiques sur le volume annuel de production documentaire (total des budgets, nombre et heures de production) pour le genre documentaire.

Étant donné que les statistiques sur le genre documentaire publiées par le BCPAC, et qui se trouvent dans le profil économique annuel du CMPA, englobent à la fois la production de documentaires de longue durée[19] et les productions documentaires basées sur des faits concrets, communément appelées « factuelles », le Groupe Nordicité et DOC ont élaboré une méthodologie de filtrage dans le but d'extraire les productions documentaires basées sur des faits concrets de la base de données du BCPAC concernant tous les projets documentaires. Grâce à ce filtrage, DOC peut obtenir des données concernant exclusivement la catégorie « documentaire de longue durée ».

19 Le CRTC définit le « documentaire de longue durée » comme une production qui est une œuvre originale, autre que de fiction, conçue principalement pour informer (mais qui peut aussi instruire et divertir), donnant une analyse critique approfondie d'un sujet ou d'une opinion spécifique pendant une durée d'au moins 30 minutes (moins un temps raisonnable pour les messages commerciaux, s'il y a lieu). Ces productions ne doivent pas être utilisées à des fins commerciales. »

Le filtrage, basé sur les caractéristiques des projets, s'est fait de la manière suivante (voir Illustration C-1) :

Nous avons rangé toutes les productions subventionnées par le Fonds des médias du Canada (FMC) (« productions soutenues par le FMC ») inscrites dans la base de données du BCPAC dans le sous-genre documentaire de longue durée. Cette décision se fonde sur l'hypothèse que les productions documentaires subventionnées par le FMC sont plus probablement des documentaires de longue durée, même si le FMC finance aussi de nombreuses productions documentaires basées sur des faits concrets[20].

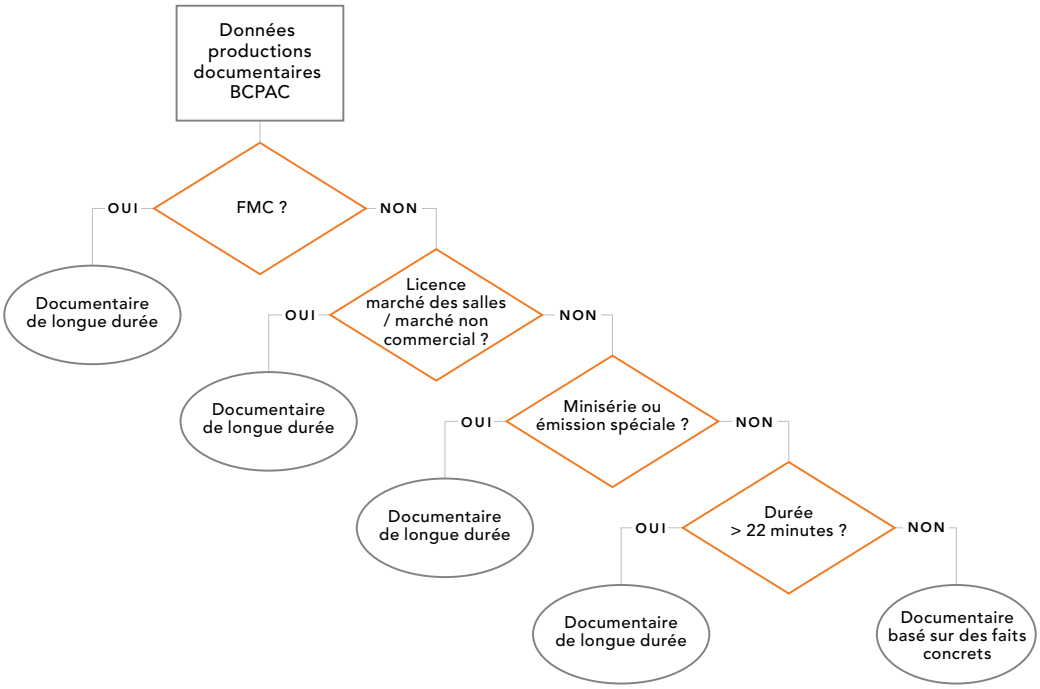
Du reste des productions non subventionnées par le FMC, nous retirons toutes celles qui, dans leur première ou leur deuxième fenêtre de diffusion, ont obtenu un permis de diffusion en salles ou dans un marché non commercial et les classons dans le sous-genre documentaire de longue durée. Parce que les émissions basées sur des faits concrets ne seront diffusées qu'à la télévision. Nous en déduisons donc que toute production destinée au marché des salles ou au marché non commercial est vraisemblablement un documentaire de longue durée.

Du reste des productions non subventionnées par le FMC pour diffusion à la télévision seulement, nous extrayons toutes les miniséries et les films de la semaine et les classons dans la catégorie documentaire de longue durée. C'est que la plupart des productions basées sur des faits concrets sont des séries pour la télévision et, donc, toutes les miniséries ou les films de la semaine du genre documentaire sont vraisemblablement des documentaires de longue durée.

Du reste des productions de séries pour la télévision non soutenues par le FMC, nous extrayons toutes celles dont les épisodes ont une durée de plus de 22 minutes et les classons dans la catégorie documentaire de longue durée. Celles dont les épisodes ont une durée de 22 minutes ou moins sont retirées et classées dans la catégorie documentaire basé sur des faits concrets. Les séries pour la télévision de la catégorie documentaire basé sur des faits concrets consistent plus vraisemblablement en des épisodes d'une durée de 22 minutes (pour permettre l'insertion des messages publicitaires), alors que les séries pour la télévision de la catégorie documentaire de longue durée consistent plus vraisemblablement en des épisodes dont la durée dépasse 22 minutes.

20 En raison de la quantité limitée de données spécifiques que publient le FMC et le BCPAC concernant des titres précis, nous ne sommes pas en mesure d'extraire d'une façon précise les projets soutenus par le FMC qui sont des projets de documentaires basés sur des faits concrets.

Illustration C-1 : Filtrage des documentaires de longue durée



Nous filtrons le reste des projets et les classons dans la catégorie documentaire basé sur des faits concrets et nous les retirons de la base de données avant de produire les estimations du volume de production de la catégorie documentaire de longue durée aux fins de *Toute la vérité 5*.

PRODUCTIONS CERTIFIÉES PAR LE CRTC

Les estimations concernant les productions certifiées par le CRTC sont calculées en pourcentage des productions pour la télévision certifiées par le BCPAC. Ce pourcentage est fondé sur les résultats de la recherche sur l'industrie et l'analyse des titres des productions effectuées par Patrimoine Canada en 2009. Il tient compte de l'ensemble des genres plutôt que des seuls sous-genres documentaires ou documentaires de longue durée.

Illustration C-2 : Pourcentage utilisé pour évaluer le volume des productions certifiées par le CRTC

ANNÉE	POURCENTAGE DES PRODUCTIONS CERTIFIÉES PAR LE CRTC
1998-1999	17,1 %
1999-2000	17,2 %
2000-2001	17,3 %
2001-2002	17,3 %
2002-2003	17,9 %
2003-2004	19,0 %
2004-2005	17,0 %
2005-2006	19,0 %
2006-2007	17,9 %
2007-2008	17,9 %
2008-2009	17,3 %
2009-2010	18,0 %
2010-2011	17,8 %

Source : Recherche sur l'industrie et analyse effectuées par Patrimoine Canada.

PRODUCTION INTERNE DES TÉLÉDIFFUSEURS

Les évaluations des productions internes consistent en évaluations de la production interne des chaînes généralistes privées, de la SRC-CBC et des chaînes spécialisées.

Pour ce segment, nous n'avons pas appliqué de méthodologie particulière pour tenter d'extraire les productions documentaires basées sur des faits concrets des productions documentaires proprement dites, comme nous l'avons fait pour les productions certifiées par le BCPAC. Toutefois, les données sur la production interne sont vraisemblablement moins affectées par l'enchevêtrement des productions documentaires basées sur des faits concrets et des productions de longs métrages documentaires que l'on trouve dans les données du BCPAC.

CHAÎNES GÉNÉRALISTES PRIVÉES

À compter de l'année de télédiffusion 2009-2010 (de septembre 2009 à août 2010), le CRTC a publié des statistiques concernant les dépenses des télédiffuseurs pour les documentaires de longue durée. Les nouvelles statistiques indiquaient que les dépenses des télédiffuseurs privés, pour les productions documentaires de longue durée, équivalaient à 2 % de leurs dépenses totales de production télévisuelle dans la catégorie « Autres

émissions d'information »[21]. Cette part de 2 % a été appliquée aux niveaux de dépenses « Autres émissions d'information » antérieurs pour en tirer l'historique de la production documentaire de longue durée par les chaînes généralistes privées[22].

SRC-CBC

De 1998-1999 à 2007-2008. Pour estimer les dépenses de production documentaire de longue durée réalisée à l'interne, nous nous basons sur l'information selon laquelle la CBC en produit approximativement 40 heures par année. Nous partons de l'hypothèse que la moitié de ces 40 heures est attribuable au CBC News Network, et l'autre moitié à la chaîne généraliste. Le nombre d'heures est alors multiplié par le budget horaire moyen d'une production documentaire de longue durée pour en arriver à une estimation du volume de production. Une méthode similaire sert à l'estimation des dépenses de production interne de documentaires de longue durée à la SRC et à RDI. Pour ces deux chaînes, nous avons utilisé un total de 20 heures de production originale de documentaires de longue durée, ainsi que le budget moyen de production de documentaires de longue durée de langue française. La programmation de documentaires basés sur des faits concrets ne devrait pas avoir de répercussions sur cette estimation.

2008-2009. Pour estimer la production documentaire de longue durée réalisée à l'interne, nous utilisons les données de dépenses de production de la SRC-CBC classées sous la catégorie « Autres émissions d'information » et rapportées dans le document du CRTC, Télévision conventionnelle - Relevés statistiques et financiers 2005-2009. Étant donné que cette catégorie comprend des productions autres que des documentaires, nous partons de l'hypothèse que 50 % de la production « Autres émissions d'information » est attribuable à la catégorie documentaire de longue durée. Les chiffres exacts ne sont pas connus à ce moment-ci.

2009-2010 et 2010-2011. Le CRTC publie pour la première fois, en 2009-2010, les statistiques pour les productions documentaires de longue durée. C'est ce que nous avons utilisé pour quantifier les dépenses de la CBC et de la SRC pour la production de documentaires de longue durée réalisés à l'interne.

---

21 La catégorie de productions Autres émissions d'information comprend les catégories d'émissions 2 à 5 du CRTC (catégorie 2a – Analyse et interprétation, catégorie 2b – Documentaire de longue durée, catégorie 3 – Reportages et actualités, catégorie 4 – Émissions religieuses, catégorie 5a – Émissions éducatives formelles et pour enfants d'âge préscolaire, catégorie 5b – Émissions éducatives informelles/Récréation et loisirs).

22 Dans les éditions précédentes de *Toute la vérité*, nous avions assigné un pourcentage de 50 % aux dépenses dans la catégorie « Autres émissions d'information » aux productions documentaires de longue durée. À ce titre, une révision importante des données historiques s'imposait.

CHAÎNES SPÉCIALISÉES

De 2001-2002 à 2008-2009. L'estimation de la production interne des chaînes spécialisées comprend les portions de la production interne de CBC News Network (16 % de la production totale interne), de RDI (16 %), de Discovery Canada (90 %) et de Documentary (90 %). Les chiffres pour la production interne totale proviennent du document du CRTC, Services individuels spécialisés, payants, à la carte et de vidéo sur demande - Relevés statistiques et financiers.

2009-2010 et 2010-2011. Le CRTC publie pour la première fois, en 2009-2010, les statistiques pour les productions documentaires de longue durée. Ce sont ces statistiques qui ont été employées pour évaluer le volume des chaînes spécialisées en ce qui a trait à la production de documentaires de longue durée réalisés à l'interne.

PRODUCTION INTERNE DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM

Les statistiques sur la production interne de documentaires de longue durée à l'ONF proviennent directement de l'ONF. Ces statistiques excluent la valeur des coproductions de l'ONF avec des maisons indépendantes ; ces productions sont déjà comprises dans les estimations relatives aux productions certifiées par le BCPAC et par le CRTC.

PRODUCTION DESTINÉE AU MARCHÉ NON COMMERCIAL

La production destinée au marché non commercial inclut les productions pour lesquelles les maisons d'enseignement, les établissements publics ou les circuits de diffusion autres que la télévision, les salles de cinéma ou le marché consommateur constituent la première fenêtre de diffusion. Le présent rapport inclut certains types de productions destinées au marché non commercial et en exclut d'autres. Les productions de documentaires de longue durée destinés au marché non commercial qui ont été certifiées par le BCPAC ou le CRTC sont incluses dans les statistiques du présent rapport. Les productions documentaires de longue durée destinées au marché non commercial qui ne sont pas certifiées par le BCPAC ou le CRTC ou encore qui sont produites par l'ONF sont exclues des statistiques du présent rapport. Par exemple, les documentaires de longue durée produits avec le soutien du Conseil des Arts du Canada peuvent être exclus s'ils n'ont pas reçu la certification du BCPAC ou du CRTC ou s'ils n'ont pas été coproduits par l'ONF.

BUDGETS ET DROITS DE DIFFUSION MOYENS

Pour assurer une certaine cohérence parmi des productions de durées diverses, toutes les statistiques sur les budgets et les droits de diffusion moyens ont été fournies sur une base horaire. Ainsi, un documentaire d'une demi-heure, dont le budget est de 300 000 $ et pour lequel le télédiffuseur verse 100 000 $ en droits de diffusion, sera présenté dans les calculs de budgets et de droits de diffusion moyens comme une production ayant un budget horaire de 600 000 $ et pour lequel les droits de diffusion sont de 200 000 $ l'heure.

Au moment d'interpréter les données de budget moyen et de droits de diffusion moyens, il faudra, en conséquence, multiplier les montants par 50 % pour estimer les taux d'une série d'une demi-heure.

II. Emploi

La production cinématographique et télévisuelle couvre un vaste éventail d'emplois, du débutant jusqu'au travailleur hautement spécialisé. Artistes, scénaristes, techniciens et techniciennes de nombreux corps de métier, traiteurs, graphistes, comptables, tous sont impliqués dans le processus de production.

Nous estimons l'emploi dans la production documentaire de longue durée en termes de travailleurs équivalents temps plein (ETP), plutôt qu'en nombre réel d'employés. Cette méthode nous permet de mieux saisir le profil de l'emploi dans l'industrie de la production documentaire cinématographique et télévisuelle. Le nombre d'ETP représente essentiellement le nombre de personnes qui pourraient être employées à temps plein toute l'année à un salaire moyen.

Contrairement à l'emploi dans la plupart des industries, celui de la production cinématographique et télévisuelle se caractérise par une forte proportion de travailleurs à temps partiel, souvent pigistes ou contractuels. Nombre de ces travailleurs à temps partiel peuvent aussi détenir des emplois à temps partiel dans d'autres industries ; beaucoup sont des travailleurs autonomes. Le processus de production se caractérise par des projets à court terme allant d'une ou deux semaines à six mois. Certains postes peuvent offrir un emploi à longueur d'année, mais la plupart sont temporaires.

La nature du processus de production et la prédominance de travailleurs autonomes employés à temps partiel fait du nombre d'ETP un indicateur plus utile de l'emploi. Mesurer la taille de la main-d'œuvre en termes de nombre d'employés aurait pour effet de gonfler inutilement l'incidence de l'industrie sur l'emploi, étant donné que beaucoup de ces employés peuvent ne travailler qu'une partie de l'année, au moment de la période de pointe de la saison de tournage.

Les cinéastes documentaires et les producteurs d'autres genres sont habituellement, eux aussi, des travailleurs autonomes. En raison de ce statut d'emploi, les mesures conventionnelles d'emploi de Statistique Canada ne rendent pas nécessairement compte, ni de façon adéquate, de la situation des documentaristes. La mesure par le nombre d'ETP nous permet d'éviter de sous-représenter l'emploi en liant cette donnée directement aux dépenses de production.

MULTIPLICATEUR D'EMPLOIS DIRECTS

Nous calculons le nombre d'emplois directs en estimant tout d'abord la part du volume total de production consacrée aux salaires et aux traitements. Nous divisons ensuite ce chiffre par le salaire moyen estimatif d'un ETP dans l'industrie de la production de longs métrages documentaires.

Nous multiplions le volume total de production par 50 % afin d'estimer la portion des budgets de production payée en salaires et en traitements au personnel de production. Cette hypothèse de 50 % se fonde sur les données fournies par le BCPAC sur la portion moyenne des budgets de production affectée aux frais de main-d'œuvre au Canada.

Nous formulons une hypothèse de salaire moyen d'un ETP sur la base des données du Recensement 2006 de Statistique Canada. Celles-ci indiquent que le salaire moyen des ETP dans l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle au Canada était de 47 869 $ en 2005-2006.

Pour créer une chronologie du salaire moyen des ETP, nous effectuons des ajustements annuels à l'hypothèse de salaire moyen des ETP en 2005-2006, en nous fondant sur les données de l'inflation des salaires tirées de l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail de Statistique Canada. Nous utilisons la variation annuelle du salaire horaire moyen des employés rémunérés à l'heure au Canada pour estimer le taux d'inflation des salaires applicable à l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle (voir Statistique Canada, CANSIM Tableau 281-0030).

Pour refléter le fait que les salaires moyens sont inférieurs dans le genre du documentaire comparativement à ceux versés dans l'ensemble de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, nous ajustons de 25 % à la baisse le salaire moyen des ETP concernés. En d'autres termes, nous nous basons sur l'hypothèse que les salaires moyens dans le documentaire de longue durée équivalent à 75 % des salaires moyens des EPT dans l'ensemble de l'industrie canadienne de la production. Sur la base de cet ajustement, le salaire moyen des ETP, pour le documentaire de longue durée en 2010-2011, est de 40 934 $.

Illustration C-3 : Hypothèse relative au salaire moyen des ETP

ANNÉE	PRODUCTION GLOBALE DE FILMS ET D'ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION (EN $)	FACTEUR D'AJUSTEMENT	GENRE DOCUMENTAIRE (EN $)
1998-1999	41 762	75 %	31 321
1999-2000	42 430	75 %	31 823
2000-2001	43 576	75 %	32 682
2001-2002	44 316	75 %	33 237
2002-2003	45 203	75 %	33 902
2003-2004	45 474	75 %	34 106
2004-2005	46 793	75 %	35 095
2005-2006	47 869	75 %	35 902
2006-2007	48 922	75 %	36 692
2007-2008	50 488	75 %	37 866
2008-2009	52 305	75 %	39 229
2009-2010	53 404	75 %	40 053
2010-2011	54 578	75 %	40 934

Source : Calculs effectués par Nordicité sur la base des données provenant de Statistique Canada, Recensement 2006, et Statistique Canada, Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, CANSIM Tableau 281-0030.

EMPLOIS DÉRIVÉS

Le nombre des ETP dérivés égale la somme des ETP indirects et induits.

MULTIPLICATEUR D'EMPLOIS INDIRECTS

Nous utilisons un multiplicateur de 1,17 pour estimer le nombre d'emplois indirects. Ce qui signifie que, pour chaque ETP direct créé dans la production de documentaires de longue durée, 1,17 ETP additionnel est créé dans d'autres industries fournissant des biens et services à la production de longs métrages documentaires.

Nous obtenons ce multiplicateur à partir des tableaux de multiplicateurs publiés en 2004 par Statistique Canada. Le multiplicateur est basé sur le ratio d'emplois indirects par rapport aux emplois directs générés par million de dollars de production dans le groupe d'industries Production cinématographique et télévisuelle, Distribution, Postproduction et autres industries du film et de la vidéo, qui est le groupe d'industries le plus proche de la production cinématographique et télévisuelle, excluant la diffusion et incluant la production de documentaires de longue durée.

MULTIPLICATEUR D'EMPLOIS INDUITS

Nous appliquons un multiplicateur de 0,17 pour estimer le nombre d'ETP induits attribuables à la production de documentaires de longue durée. Cela signifie que, pour chaque ETP direct et indirect généré par la production de documentaire de longue durée, 0,17 ETP additionnel est créé dans d'autres secteurs de l'économie canadienne en raison des dépenses qu'effectuent les travailleurs occupant un emploi direct ou indirect.

Nous établissons le multiplicateur d'emplois induits en utilisant le ratio du multiplicateur de la contribution totale au PIB (1,84) par rapport au multiplicateur de la contribution indirecte au PIB (1,57) calculé par le Conference Board du Canada et appliqué à son analyse de l'impact économique des industries culturelles du Canada dans *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* (2008). Pour adopter cette approche, nous supposons que le radio PIB-ETP pour les emplois induits est équivalent de celui des emplois indirects.

III. Impact économique de la production

REVENU D'EMPLOI

Le revenu d'emploi provenant directement de l'industrie de la production a été calculé en multipliant le nombre d'ETP directs par le coût moyen de 40 934 $ d'un ETP de l'industrie de la production. Le revenu d'emploi dérivé a été calculé en multipliant le nombre d'ETP dérivés par le coût moyen de 37 000 $ d'un ETP dans l'ensemble de l'économie.

PRODUIT INTÉRIEUR BRUT

La modélisation économique de l'impact économique global de la production cinématographique et télévisuelle, à l'aide des tableaux d'entrées-sorties de Statistique Canada, indique que le PIB direct de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle équivaut à environ 1,13 fois le revenu total d'emploi. Ce ratio a été multiplié par notre estimation du revenu d'emploi direct pour en arriver à une estimation du PIB direct de l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle.

Une modélisation économique similaire (aussi basée sur les tableaux d'entrées-sorties de Statistique Canada et l'analyse qui se trouve dans le document du Conference Board du Canada, *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* indique une relation PIB=salaire de 1,49 pour l'impact dérivé. Nous avons utilisé ce ratio pour calculer un PIB dérivé en multipliant notre revenu d'emploi dérivé estimatif par 1,49.

IV. Valeur d'exportation

La valeur d'exportation mesure la valeur de la participation financière internationale à l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. La valeur d'exportation – contrairement aux seules exportations – reflète mieux la nature de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Elle reconnaît que les productions cinématographiques et télévisuelles sont des produits intangibles et qu'une partie des droits d'auteur peut être exportée dans des pays étrangers. Elle rend compte également des budgets des productions tournées au Canada, même quand les droits d'auteur sont détenus par une entité étrangère.

La valeur d'exportation comprend les préventes et les avances de distribution à l'étranger pour tous les projets certifiés par le BCPAC ; les estimations des préventes et des avances de distribution pour les productions certifiées par le CRTC ; et la valeur totale de la production au Canada de tournages étrangers et des services connexes. Aux fins de la préparation de *Toute la vérité 5*, qui inclut les estimations de la production de documentaires de longue durée canadiens, nous excluons toute mesure de la valeur d'exportation attribuable à la production de tournages étrangers et des services connexes.

V. Suppression de données

Là où il y avait trois projets ou moins dans une cellule particulière de données, cette cellule particulière, et toute autre cellule de données pouvant être utilisée pour calculer la valeur de la cellule, ont été supprimées pour des raisons de confidentialité des données. Dans certains cas, les données des deux marchés linguistiques ont été combinées afin de maintenir la confidentialité des données dans le marché d'une langue en particulier.

VI. Pourcentages

Lors de l'interprétation de graphiques et de tableaux comportant des totaux exprimés en pourcentages, ceux-ci ont été arrondis au chiffre supérieur ou inférieur selon le cas. En conséquence, les montants totaux pourraient ne pas refléter la somme exacte des composantes de chaque ligne d'un graphique spécifique.

REMERCIEMENTS

DOC tient à exprimer sa reconnaissance à l'égard des organismes dont l'appui a permis la production de ce rapport.

COMITÉ DE RÉVISION DE *TOUTE LA VÉRITÉ 5*

Ces personnes ont fourni à l'équipe de recherche des conseils et des orientations d'une valeur inestimable, à toutes les étapes de la préparation du rapport :

Betsy Carson
Productrice-réalisatrice, Face to Face Media

Anne Pick
Productrice, Real to Real Productions

Lisa Fitzgibbons
Directrice générale, DOC

CONCEPTION GRAPHIQUE
Jacob Sharrard, *Office/Bureau*

TRADUCTION
Francine Pelletier

RÉVISION
Sylvie Daigle

Une version électronique du présent rapport est disponible à l'adresse www.docorg.ca

Association des documentaristes du Canada (DOC)

Le soutien et les commentaires des membres du conseil d'administration ont été déterminants pour la réalisation de *Toute la vérité 5*.

CONSEIL DE DIRECTION

Pepita Ferrari, *présidente*
Ariella Pahlke
Francine Pelletier
Anne Pick
Vonnie Von Helmolt

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Pepita Ferrari, *présidente*
Frederic Bohbot
Jean du Toit
Julia Ivanova
Jacques Ménard
Katie McKenna
Michael McNamara
Ariella Pahlke
Francine Pelletier
Anne Pick
Vonnie Von Helmolt

DOCUMENTARY ORGANIZATION OF CANADA
DOCUMENTARISTES DU CANADA

WWW.DOCORG.CA