

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉVISION

Introduction

Le secteur de la production télévisuelle de l'Ontario se compose principalement de sociétés de production de petite et de moyenne tailles qui produisent à la fois leurs propres productions, dont elles sont propriétaires, ainsi que des productions étrangères pour des producteurs internationaux. L'Ontario possède une forte concentration de sociétés de production télévisuelle canadiennes et de main-d'œuvre (en particulier, la région du grand Toronto)¹. Le secteur de la production télévisuelle ontarien est le plus important au Canada.

Le secteur de la télévision ontarien continue d'enregistrer de bonnes performances et les producteurs ontariens continuent d'être salués à l'échelle internationale :

- En 2008, les chiffres des séries télévisées ontariennes ont affiché une croissance impressionnante, en hausse de 39,1 % par rapport à l'année précédente².
- Les très populaires séries télévisées *Flashpoint*, *The Bridge* et *Copper* ont été achetées par les réseaux de télévision américains ; la chaîne CBS a commandé une troisième saison de *Flashpoint*³.
- *Flashpoint* a également fait l'objet de dix-neuf nominations aux prix Gemini de 2009, notamment une nomination pour la meilleure série dramatique.
- Dans le cadre du MIPCOM, le producteur ontarien Mark Bishop, partenaire dans marblemedia, a récemment été déclaré par *The Hollywood Reporter* comme étant l'un des vingt producteurs de télévision de moins de trente-cinq ans qui redéfinissent le monde de la télévision internationale⁴.

Taille de l'industrie et impact économique

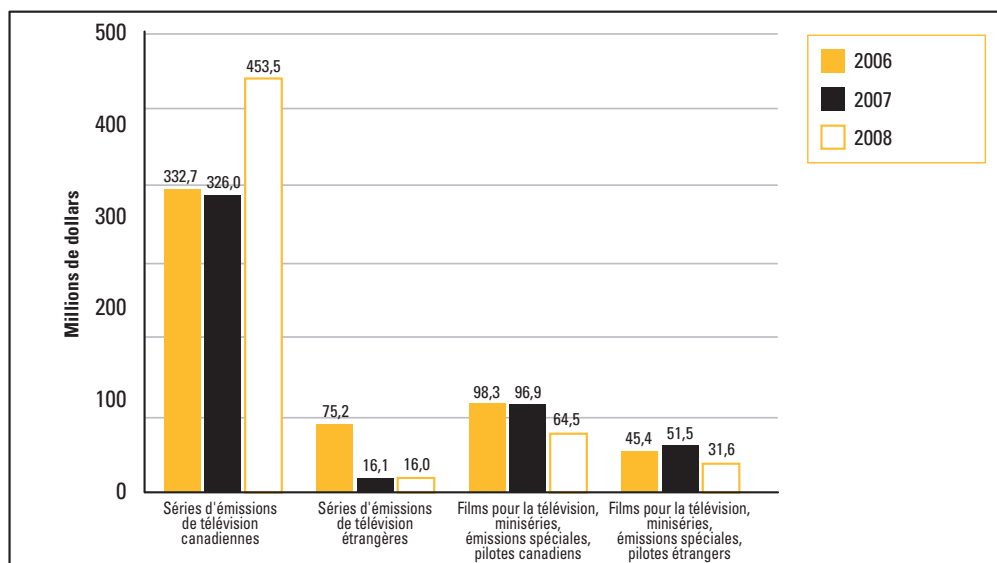
Volume et budgets de production

- Le volume total de production cinématographique et télévisuelle au Canada a atteint le chiffre record de 5,2 milliards de dollars en 2007-2008. Le secteur de la télévision canadienne représentait 39 % de l'ensemble de la production pendant cet exercice⁵.
- La production télévisuelle canadienne a chuté de 7 % pour atteindre à peine plus de 2 milliards de dollars en 2007-2008. Bien que les genres variétés et arts du spectacle et magazines aient tous deux enregistré une progression au cours de cette période, ces gains n'ont pas été suffisants pour compenser les plus faibles volumes de production des programmes enfants et jeunesse, des documentaires et des fictions⁶.
- La baisse de la production télévisuelle canadienne était largement due à une diminution d'environ 10 % des productions de langue anglaise. Cependant, les budgets de production moyens, tous genres confondus, en anglais comme en français, ont augmenté en 2007-2008. Le budget moyen pour la production de fictions en anglais destinées à la télévision a dépassé 1,5 million de dollars par heure, un record absolu⁷.
- Depuis 1996-1997, la majorité des productions télévisuelles réalisées au Canada sont des séries télévisées. Les films de la semaine (MOW), les court-métrages pour la télévision et les miniséries ont représenté une part plus modeste des activités de production télévisuelle. En 2007-2008, les séries télévisées ont généré 1,4 milliard de dollars d'activité dans le secteur⁸.
- Contrairement à la tendance nationale, l'Ontario a connu une hausse de 9 % de sa production télévisuelle en 2007-2008, faisant ainsi passer le volume de production télévisuelle canadienne dans la province à 776 millions de dollars, soit 38 % du chiffre total national. Cela a permis à l'Ontario de reprendre sa place en tant que province possédant le plus gros volume de production télévisuelle canadienne, après avoir été dépassé par le Québec en 2006-2007. Ces niveaux de production ont frisé les 779 millions de dollars en termes de volume de production télévisuelle canadienne, atteints pour l'exercice 1999-2000, lorsque l'Ontario a connu son apogée⁹.
- La fiction a été le genre le plus important de la production télévisuelle ontarienne en 2007-2008, avec un volume de 331 millions de dollars, soit 34 % du volume total de la production télévisuelle de la province. La fiction a été suivie du documentaire (170 millions de dollars) et les programmes pour la jeunesse (164 millions de dollars pour 2007-2008). Le volume de production d'œuvres de fiction en Ontario a augmenté de 37 % par rapport à l'an passé, tandis que sur une période de dix ans, la production de documentaire a connu un taux de croissance de la production de 111 %¹⁰.
- En 2009, 110 sociétés de production télévisuelle étaient en activité en Ontario. Les sociétés de production télévisuelle ontariennes ont réalisé 293 projets pour la télévision au cours de l'exercice 2007-2008, un chiffre bien en-deçà des niveaux des années précédentes¹¹.
- Les producteurs d'émissions de télévision ont dépensé 565,6 millions de dollars pour le tournage en Ontario au cours de l'année civile 2008. La production de séries télévisées nationales a concentré la majorité des activités de production dans la province, avec 453,5 millions de dollars sur le montant total des dépenses. Ce sursaut d'activité a entraîné une hausse de 39,1 % des dépenses au chapitre des séries télévisées nationales. L'augmentation de la production de séries télévisées étrangères s'est maintenue au même niveau, tandis que les films télévisés, les pilotes, les émissions spéciales et les miniséries étrangers et nationaux ont affiché un recul¹².

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE

TELEVISION

La production télévisuelle en Ontario, canadienne et étrangère, selon le format, 2006-2008



Source : SODIMO, statistiques de production

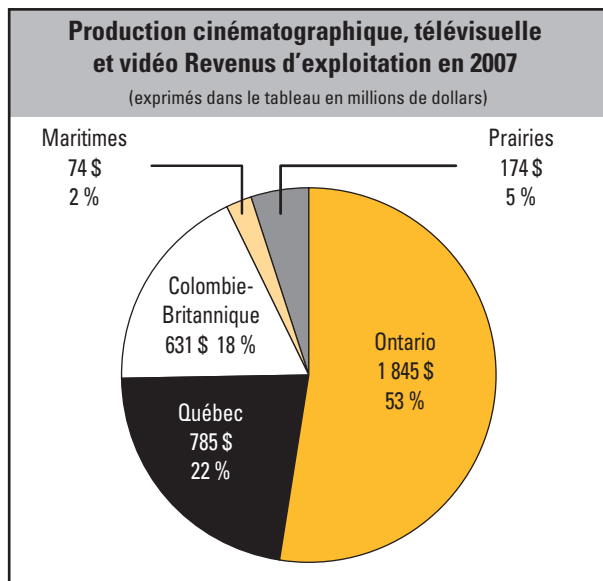
Emploi et salaires

- L'industrie de production de contenu pour écran en Ontario (cinéma, télévision et produits multimédias interactifs numériques) a permis la création de 6 500 emplois en équivalents temps plein en 2007-2008¹³. Au sein de l'industrie de production de contenu pour écran au sens large, le secteur de l'animation informatique et des effets visuels a employé un total de 1 600 à 1 900 personnes en 2007¹⁴.
- D'après les estimations, la production télévisuelle au Canada a créé 51 200 emplois équivalents temps plein (FTE) au Canada, en 2007-2008. Parmi ces postes, 20 100 étaient des emplois directs dans la production télévisuelle, tandis que 31 100 étaient des emplois indirects créés dans d'autres domaines de l'économie canadienne¹⁵.
- En 2006, les sociétés de production cinématographique, télévisuelle et vidéo canadiennes ont versé 620,5 millions de dollars en salaires, traitements et avantages sociaux aux employés du secteur. Plus d'un tiers de ces paiements ont été perçus en Ontario, ce qui représente 217,2 millions de dollars sous forme de salaires – un montant supérieur à celui de toute autre province¹⁶.

Revenus et chiffres connexes

- En 2006, les entreprises de production cinématographique, télévisuelle et vidéo canadiennes ont signalé 3,3 milliards de dollars de chiffre d'affaires et généré une marge bénéficiaire de 2,3 %. La majorité des revenus de la production canadienne, soit 56 %, a été générée par la production télévisuelle. Sur l'exercice, la production de longs métrages et les productions commerciales ont respectivement représenté 15 % et 22 % des revenus¹⁷.
- L'Ontario est un élément central du secteur de la production cinématographique et télévisuelle canadienne. En 2007, 53 % de l'ensemble du chiffre d'affaires des productions cinématographiques et vidéo canadiennes ont été imputables aux sociétés de productions cinématographique, télévisuelle et vidéo ontariennes, soit plus que le Québec (22 %) et la C.-B. (18 %). En outre, les sociétés de production cinématographique, télévisuelle et vidéo ontariennes ont enregistré un chiffre d'affaires de 1,85 milliard de dollars en 2007. Cependant, l'augmentation des dépenses de fonctionnement s'est traduite par une marge de profit négative de 3,1 %¹⁸. L'industrie de l'animation informatique et des effets visuels génère, dans la seule province de l'Ontario, des recettes estimées entre 170 et 200 millions de dollars sur une base annuelle¹⁹.

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO



Source : Statistique Canada, « Production cinématographique, télévisuelle et vidéo, 2007 », Tableau 1.

- L'industrie du cinéma et de la télévision et les industries des médias interactifs multiplateforme en Ontario ont généré plus de 696 millions de dollars de PIB provincial en 2008. Le total des répercussions économiques inclut 379 millions de dollars issus directement de l'activité de production et 318 millions de dollars de retombées économiques indirectes²⁰.

Tendances et enjeux

Enjeux mondiaux et nationaux

- Comme d'autres secteurs culturels, celui de la télévision subit les effets de la récession économique mondiale. Canwest Global Communications, en proie à un marché publicitaire qui diminue et à une dette substantielle, a demandé la protection de la loi sur les faillites en octobre 2009²¹. CTV, également confrontée à des pertes de revenus similaires, a annoncé la fermeture de ses stations du réseau A-channel à Windsor et Wingham²², ainsi que de sa filiale à Brandon, au Manitoba, CKX-TV²³. L'instabilité qui règne sur les marchés mondiaux suggère que cette tendance se poursuivra en Ontario et ailleurs dans le monde.

- Ces dernières années ont été houleuses pour le secteur de la production télévisuelle canadienne en raison de plusieurs facteurs, dont le regroupement des diffuseurs et l'avenir incertain du Fonds canadien de télévision (FCT). La concentration accrue du marché dans l'industrie de la radiodiffusion réduit le poids du secteur de la production indépendante lors de la négociation des droits de licence et du maintien de droits. Un accord sur les termes d'échange régissant cette relation est une priorité pour le secteur de la production indépendante²⁴. Ces facteurs, associés aux conflits de travail au Canada et aux États-Unis en 2007-2008 ainsi qu'à la récession économique mondiale, ont renforcé les incertitudes dans ce secteur.
- Pour les sociétés intervenant dans le secteur indépendant de la production télévisuelle canadienne, attirer les capitaux d'investissement est un véritable défi. Les producteurs canadiens ont constamment du mal à lever les capitaux suffisants pour créer des productions. Aussi, sont-ils contraints de vendre la majorité, si ce n'est l'intégralité, des droits de propriété intellectuelle potentiellement lucratifs; et souvent, leur cachet de producteur est bloqué dans des crédits d'impôts et demeure inaccessible pendant un certain temps. En attendant, ces crédits sont financés par des prêts bancaires avec des taux d'intérêts qui font diminuer encore davantage les bénéfices des producteurs²⁵. Les revenus de projets ou basés sur le succès compliquent l'obtention de prêts et l'attrait d'investisseurs privés²⁶, ce qui fait stagner les budgets de productions qui restent modestes et réduit la valeur totale de production. Tous ces facteurs affaiblissent la capacité des producteurs canadiens à générer des capitaux, ce qui gêne la croissance et l'innovation dans le secteur.
- Au sein de l'industrie de la télévision canadienne, les émissions de langue française et celles de langue anglaise font l'objet d'un marketing différent. Au Québec, la protection accordée aux émissions de langue française fait partie intégrante de la politique culturelle, protégeant ainsi l'industrie contre la domination du divertissement américain. Par ailleurs le Québec s'appuie sur un vedettariat interne bien établi pour ses industries culturelles. L'industrie ontarienne fait face à d'autres obstacles, notamment la consolidation des sociétés, la hausse du dollar canadien et la concurrence d'autres provinces et d'autres compétences. Ces questions ont poussé l'industrie à entreprendre une transition vers un modèle commercial basé sur la gestion des droits²⁷.

- Des changements sont en cours s'agissant du processus d'attribution de licences dans le domaine de la production d'émissions de télévision au Canada. En juillet 2009, le CRTC a annoncé la tenue d'une audience sur la création d'une approche par groupe de propriété à l'égard de l'attribution de licences à des services de télévision. Le Conseil propose la mise en œuvre de licences par groupe de propriété, ce qui se traduirait par l'attribution d'une seule licence à un groupe, licence qui s'appliquerait à tous les services de télévision relevant de sa compétence. Les décisions prises dans le cadre de cette audience pourraient aussi affecter les niveaux de dépenses pour la programmation canadienne, la définition des programmes prioritaires et les niveaux requis de production indépendante. Les audiences publiques ont débuté le 16 novembre 2009²⁸.
- Le CRTC, en réponse à un décret du gouvernement fédéral rédige également un rapport sur les conséquences et la pertinence d'adopter un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locaux. Les diffuseurs prétendent qu'à moins d'une compensation financière au titre de l'utilisation des signaux de télévision au moyen des ondes hertziennes par les compagnies de diffusion par câble et par satellite, la télévision locale est menacée et les diffuseurs devront voir une réduction de la portée de leurs obligations de programmation de contenu canadien. Les compagnies de diffusion par câble et par satellite estiment que les droits ne sont pas justifiés; ils ajoutent que si des droits sont appliqués, ils répercuteront les coûts sur les consommateurs. Les audiences publiques ont eu lieu en décembre 2009 à ce propos²⁹.
- À l'échelle mondiale, la publicité multicanaux (publicité sur les réseaux accessibles par le câble, le satellite et d'autres services similaires) est le secteur qui affiche la croissance la plus rapide sur le marché de la publicité télévisée, soutenue par des hausses importantes des réseaux domestiques numériques et une augmentation de la part d'écoute pour les chaînes de télévision par câble et satellite et les chaînes de télévision numérique terrestre. Néanmoins, étant donné la croissance négative du marché de la publicité via la télévision terrestre, le marché mondial de la publicité à la télévision devrait stagner, avec un taux de croissance composé annuel de 0,0 % jusqu'en 2013, pour une valeur du marché international de 168,4 milliards de dollars américains. On prévoit un taux de croissance de la publicité à la télévision plus favorable au Canada qu'aux É.-U.; la publicité devrait augmenter à un taux de croissance composé annuel de 0,3 % jusqu'en 2013, avec une valeur estimée à 3 milliards de dollars américains³¹.

Aides de l'État³²

- Au niveau fédéral, les producteurs d'émissions de télévision ont actuellement accès au financement public par l'intermédiaire de crédits d'impôts et du Fonds canadien de télévision (FCT) précédemment mentionné. En 2007-2008, le financement du FCT s'est élevé à 242 millions de dollars, pour la production télévisuelle canadienne³³, soit 12 % des financements.
- En mars 2009, le gouvernement fédéral a annoncé de grands changements au FCT. À partir de l'exercice 2010-2011, le FCT sera réuni avec le Fonds des nouveaux médias du Canada pour créer un nouveau fonds : le Fonds des médias du Canada (FMC). Des consultations ont été engagées pour déterminer la structure exacte des lignes directrices du FMC, mais certains enjeux de politique ont été décidés à l'avance. Le nouveau fonds comportera deux volets : un volet conventionnel, qui exigera que les projets couvrent au moins deux plates-formes de distribution (dont la télévision), et un volet expérimental, qui visera les projets qui auraient auparavant été présentés dans le cadre du Fonds des nouveaux médias du Canada.

Développement technologique

- Bien que la distribution de vidéo en ligne soit en plein essor, notamment chez les jeunes, les plateformes traditionnelles que sont la télévision, les salles de cinéma et les DVD restent la principale source de revenus pour les contenus audiovisuels. Les producteurs doivent donc poursuivre leur travail avec ces canaux de distribution tout en se préparant à collaborer avec les plateformes de distribution en ligne comme YouTube, MySpace et l'iTunes d'Apple, qui commencent à trouver une place qui leur est propre dans le paysage audiovisuel³⁰.

- Les producteurs d'émissions télévisées ontariens ont accès au financement provincial par l'intermédiaire de crédits d'impôts, dont le Crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle ontarienne, le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les effets spéciaux et l'animation informatiques et le Crédit d'impôt de l'Ontario pour les services de production. Le Fonds pour le développement de la propriété intellectuelle, annoncé par le gouvernement provincial à l'occasion de la présentation du budget de 2009, a été lancé en décembre 2009. La SODIMO alloue aussi des fonds aux associations professionnelles et organisateurs d'événements dans le domaine de la production par l'intermédiaire du Fonds de développement de l'industrie, afin d'encourager les événements et activités qui stimulent la croissance de l'industrie.
- La SODIMO, en partenariat avec la ville de Toronto et FilmOntario, continue de mettre en œuvre des activités de marketing à temps plein à Los Angeles afin d'attirer la production vers l'Ontario et de soutenir les créateurs de contenu pour écran de la province. Le bureau du marketing de L.A. continue de contribuer significativement à l'activité de production étrangère en Ontario et tire parti de ses résultats de 2007-2008, lorsque 16 productions au total avaient bénéficié de l'assistance du bureau et généré 124 millions de dollars d'activité économique³⁴.
- Le Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création, co-administré par la SODIMO et le ministère de la Culture, a favorisé le développement technologique et l'éducation dans le domaine de la production cinématographique et télévisuelle. Les récents bénéficiaires, le Collège Seneca et Fast Motion Media Group, ont été en mesure de lancer un studio de capture de mouvements entièrement équipé, l'AMCaT (Animating Motion-Capture Capacity and Training), à Toronto.

État au 23 décembre 2009

Notes en fin de texte

- ¹ Women in Film and Television – Toronto (WIFT-T), *Frame Work: Employment in Canadian Screen-Based Media – A National Profile*, juin 2004, p. 13.
- ² SODIMO, Statistiques de production, 2008.
- ³ « CBS orders another season of Flashpoint episodes », *Globe & Mail*, 8 octobre 2009.
- ⁴ « Next Gen Int'l TV First Class », www.hollywoodreporter.com, 29 septembre 2009.
- ⁵ Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT), PProfil 2009: *Rapport économique sur la production cinématographique et télévisuelle au Canada*, pp. 10-11.
- ⁶ *ibid.*, p. 34.
- ⁷ *ibid.*
- ⁸ *ibid.*, p. 37.
- ⁹ *ibid.*, p. 45.
- ¹⁰ ACPFT, *Ontario Profile 2009: An Economic Profile of Domestic Film, Television and Interactive Media Production in Ontario*, pp. 15-16.
- ¹¹ *ibid.*, pp. 4 et 10.
- ¹² SODIMO, Statistiques de production, 2008.
- ¹³ ACPFT, *Ontario Profile 2009*, p. 7.
- ¹⁴ Computer Animation Studios of Ontario (CASO), *Economic Profile of the Ontario Computer Animation and Visual Effects Industry, 2008*, p. 7.
- ¹⁵ ACPFT, *Profil 2009*, p. 36.
- ¹⁶ Statistique Canada, *Production cinématographique, télévisuelle et vidéo, 2006*, n° de catalogue 11001XIE, Tableau 1.
- ¹⁷ *ibid.*, p. 1.
- ¹⁸ Statistique Canada, *Production cinématographique, télévisuelle et vidéo, 2007*, n° de catalogue 87010X, Tableau 1.
- ¹⁹ CASO, *Economic Profile of the Ontario Computer Animation and Visual Effects Industry, 2008*, p. 7.
- ²⁰ ACPFT, *Ontario Profile 2009*, v.
- ²¹ « Canwest seeks quick restructuring », www.cbc.ca, 14 octobre 2009.
- ²² « Update: Windsor/Wingham A Channel to be shuttered », *cartt.ca*, 26 février 2009.
- ²³ Susan Krashinsky, « Lights dim for last time at small Manitoba station », *Globe and Mail*, 2 octobre 2009.
- ²⁴ ACPFT, *Profil 2009*, pp. 6-7.
- ²⁵ PricewaterhouseCoopers (PwC), *Economic Study for the Film, Television and Digital Media Sector in Ontario*, 4 octobre 2006, p. 5.
- ²⁶ SECOR Consulting Ltd., *Ontario Media Development Corporation: Towards a Strategic Plan, Septembre 2008*, pp. 9-11.

²⁷ ACPFT, *Ontario Profile 2009*, pp. 21 et i.

²⁸ Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-411 : *Instance de politique portant sur une approche par groupe de propriété à l'égard de l'attribution de licences à des services de télévision et sur certaines questions relatives à la télévision traditionnelle*, 9 juillet 2009; *Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-411-3: Précisions sur la portée de l'instance - Négociations pour l'établissement de la juste valeur des signaux des stations locales de télévision traditionnelle et Changement de date pour la tenue de l'audience publique et prorogation de la date limite pour le dépôt des observations*, 11 août 2009.

²⁹ Avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2009-614: *Appel aux observations sur une demande de la gouverneure en conseil en vue de faire rapport sur les conséquences et la pertinence d'adopter un système de compensation pour la valeur des signaux de télévision locaux*, 2 octobre 2009.

³⁰ ACPFT, *Profil 2009*, p. 5.

³¹ PwC, *Global Entertainment and Media Outlook 2008-2013*, pp. 39 et 244.

³² Les renseignements figurant dans cette partie représentent un aperçu d'une partie de l'aide gouvernementale accordée à l'industrie de la télévision. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de l'aide gouvernementale disponible.

³³ ACPFT, *Profil 2009*, p. 46.

³⁴ SODIMO, Résultats internes 2007-2008.