

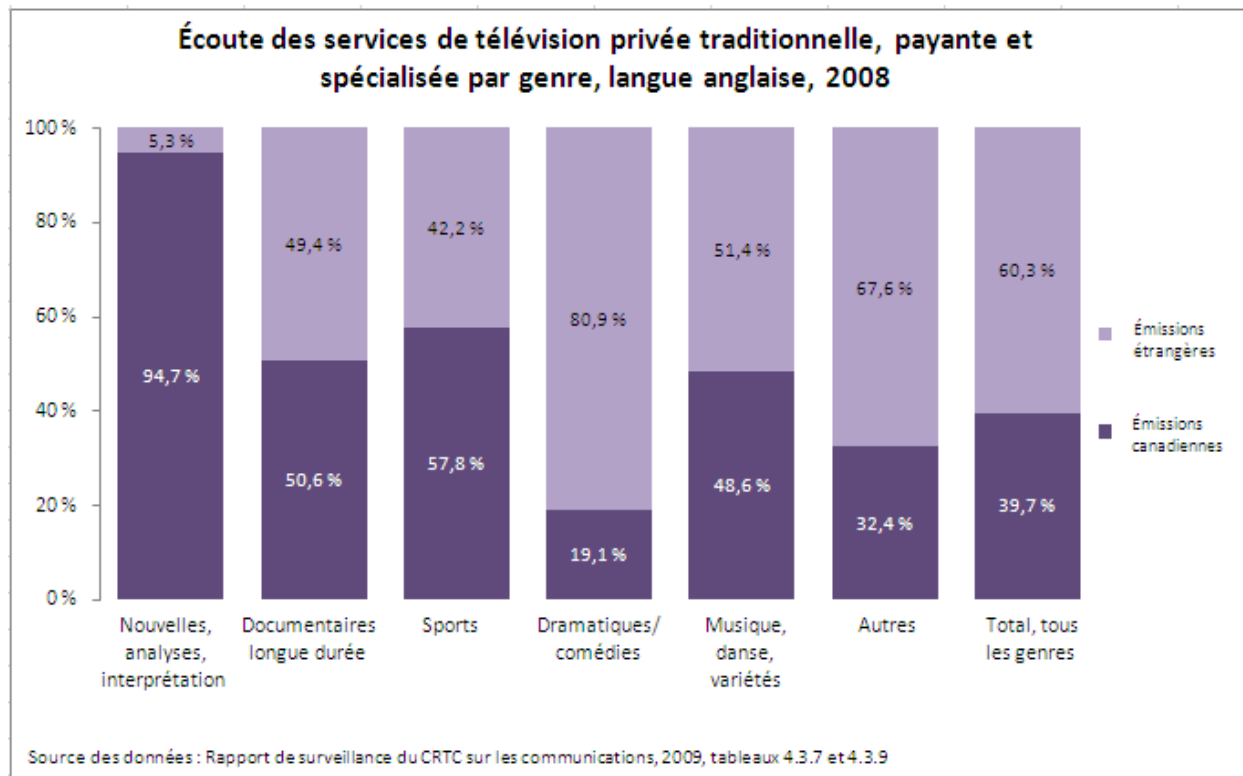
FINANCEMENT DES ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION CANADIENNES



www.cab-acr.ca

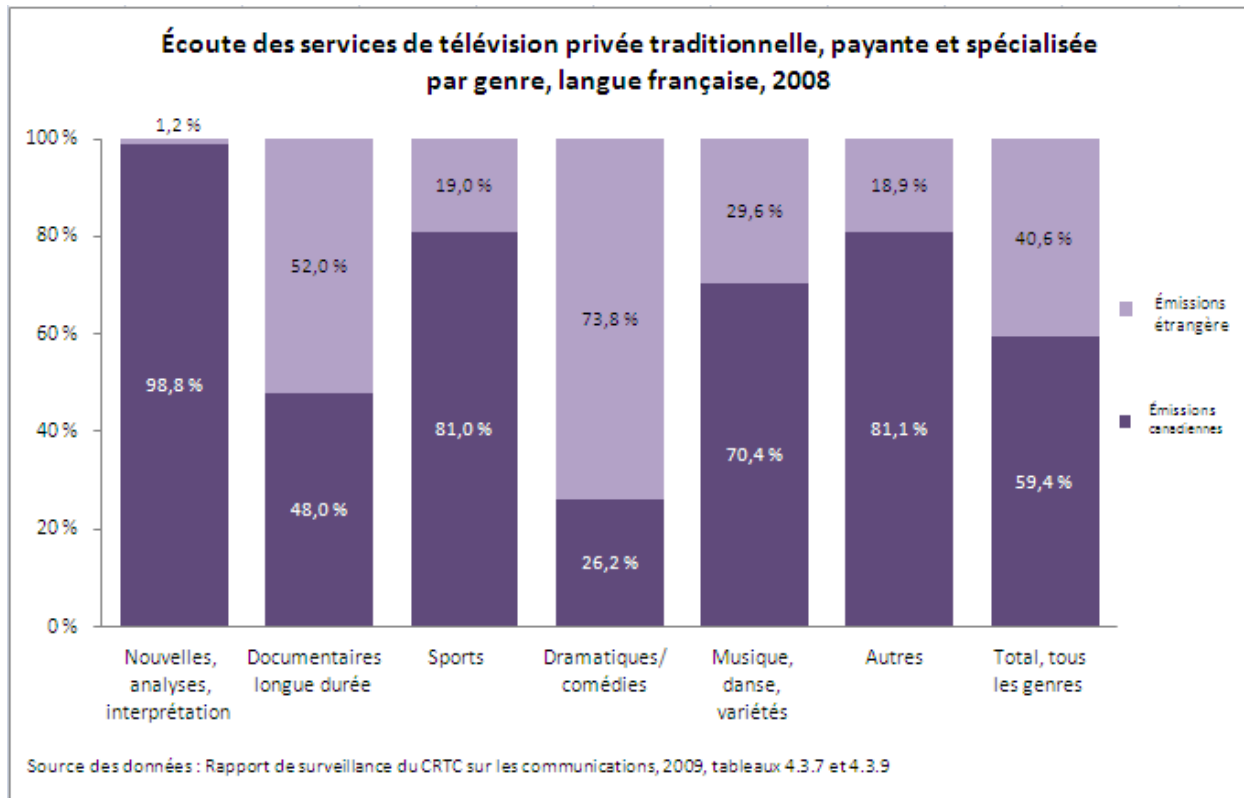
La télévision canadienne est une grande réussite

- ❖ Les Canadiens privilégient les services de télévision canadiens. En fait, les services de télévision canadiens traditionnels, spécialisés et payants se méritent près de trois quarts de l'écoute au pays. Les radiodiffuseurs privés apportent aux Canadiens les émissions qu'ils veulent regarder du Canada et du monde entier.
- ❖ Les émissions canadiennes de nouvelles, de sports, de musique, de danse, de variétés et les documentaires sont parmi les genres les plus populaires offerts par les radiodiffuseurs privés. Du côté des services privés de langue anglaise, par exemple :
 - les émissions de nouvelles canadiennes reçoivent plus de 90 % de l'écoute canadienne; et
 - environ la moitié de l'écoute canadienne des documentaires et des émissions de musique, de danse et de variétés est consacrée aux émissions canadiennes.



❖ Et, du côté de la télévision privée de langue française,

- la programmation canadienne s'attire 60 % de l'écoute canadienne de tous les genres d'émissions; et
- 99 % de l'écoute canadienne des émissions de nouvelles est consacrée aux nouvelles canadiennes.



❖ Outre ces émissions produites au Canada, les Canadiens ont accès à la programmation la plus populaire en provenance des États-Unis.

- Pour la période de l'automne 2008 et du printemps 2009, 94 % des émissions les plus courues aux É.-U. était également offert par les radiodiffuseurs privés du Canada¹.

Les radiodiffuseurs privés du Canada apportent leur soutien à la programmation canadienne

❖ Chaque année, les producteurs indépendants du Canada créent environ 9 000 heures de productions télévisuelles canadiennes², dont la plupart est destinée aux ondes canadiennes. En outre, les radiodiffuseurs privés produisent eux-mêmes des émissions canadiennes à l'interne, principalement dans les domaines des nouvelles et des affaires publiques. Au total, les radiodiffuseurs privés, tant les services traditionnels que les services spécialisés et payants, ont consacré 1,6 milliard de dollars à la programmation canadienne en 2008.³

¹ Sources: Television Bureau of Advertising des É.-U. et analyse spéciale effectuée par Mediastats pour l'ACR en août 2009

² ACPFT, 09 Profil

³ Source : CRTC, *Relevés statistiques et financiers*, télévision traditionnelle, télévision spécialisée, payante, TVC et VSD, 2004-2008

- ❖ Les radiodiffuseurs privés s'acquittent de la totalité du coût de la programmation qu'ils produisent à l'interne. Certains radiodiffuseurs privés disposent de maisons de production affiliées dont les productions sont financées par plusieurs sources, entre autres les droits de licence de radiodiffusion et les crédits d'impôt. Les radiodiffuseurs privés peuvent également accorder une licence pour la programmation réalisée par des producteurs indépendants. En 2008, les services traditionnels de radiodiffusion privée ont dépensé 146 millions de dollars sur les productions indépendantes, et les services payants, spécialisés, de TVC et de VSD y ont consacré 362 millions de dollars⁴. Dans la plupart des cas, ces paiements consistaient en des droits de licence permettant au radiodiffuseur intéressé d'utiliser une production donnée pendant une certaine période de temps moyennant certaines conditions.

Les aspects économiques de la programmation canadienne

- ❖ Le coût de la programmation est élevé et il ne cesse d'augmenter. Pour la programmation de langue anglaise :
 - la production d'une émission canadienne de fiction coûte 1,5 million de dollars l'heure, soit une augmentation de 19 % en cinq ans;⁵
 - une heure de documentaire canadien coûte 257 000 \$, ce qui représente une hausse de 40 % en cinq ans; et⁶
 - une heure de programmation d'une émission type magazine canadienne coûte plus de 70 % de plus aujourd'hui qu'en 2002-2003.⁷
- ❖ Pour la programmation de langue française :
 - la production d'une émission canadienne de fiction coûte 429 000 \$ l'heure, soit une augmentation de 47 % en cinq ans; ⁸
 - une heure de documentaire canadien coûte 151 000 \$, ce qui représente une hausse de 21 % en cinq ans; et⁹
 - une heure de programmation d'une émission type magazine canadienne coûte plus de 65 % de plus aujourd'hui qu'en 2002-2003.¹⁰
- ❖ Les programmes de financement comme le Fonds des médias du Canada (FMC), ainsi que d'autres moyens d'aide financière aux producteurs comme des crédits d'impôt fédéraux et provinciaux aident à contrebalancer le coût élevé de la programmation canadienne.

⁴ *Ibidem*

⁵ Source des données : ACPFT, *09 Profil*

⁶ *Ibidem*

⁷ *Ibidem*

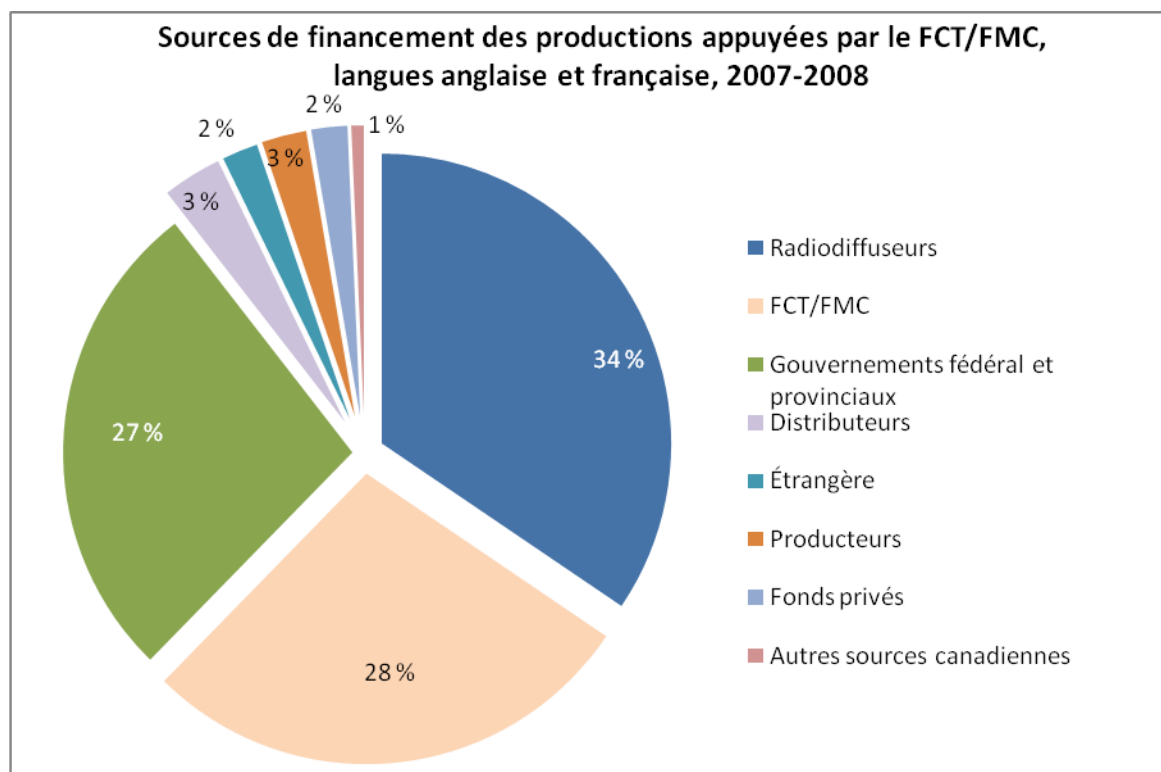
⁸ Source des données : ACPFT, *09 Profil*

⁹ *Ibidem*

¹⁰ *Ibidem*

Le Fonds des médias du Canada : la télévision sur de multiples plateformes

- ❖ Le FMC soutient la programmation distinctement et nettement canadienne à l'image de la culture, des récits et des thèmes canadiens. La contribution du Fonds en 2009-2010 s'établit à au-delà de 300 millions de dollars pour la production d'émissions de télévision canadiennes dans les catégories prioritaires des dramatiques, des émissions destinées aux enfants et aux jeunes, des documentaires, des émissions de variétés et des arts du spectacle, et ce en anglais, en français et dans les langues autochtones¹¹. Le financement du FMC est assuré par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) réglementées, soit les services de câblodistribution, de satellite et de télécommunications, et par le gouvernement du Canada. La contribution du gouvernement pour 2009-2010 et 2010-2011 se chiffre à 134,7 millions de dollars; le reste est fourni par les EDR.
- ❖ Le financement est acheminé directement aux producteurs indépendants (et d'une façon moins considérable aux maisons de production affiliées aux radiodiffuseurs) pour la réalisation de productions auxquelles les radiodiffuseurs canadiens accordent une licence. En effet, le FMC aide, en contribuant une part des coûts des producteurs indépendants, à contrebalancer le coût élevé que doivent payer les radiodiffuseurs pour l'acquisition de programmation canadienne originale. Le montant contribué par le FMC varie selon la langue, le genre et la formule de l'émission. Bien que le financement soit fourni aux producteurs indépendants, les radiodiffuseurs jouent un rôle essentiel pour assurer le succès de ces productions : ils participent à la production pendant toutes ses étapes pour faire en sorte qu'elle réponde aux attentes et aux intérêts de leurs téléspectateurs, ils veillent à la commercialisation et à la promotion de l'émission sur les ondes et dans d'autres médias et ils assurent la part la plus importante du financement.

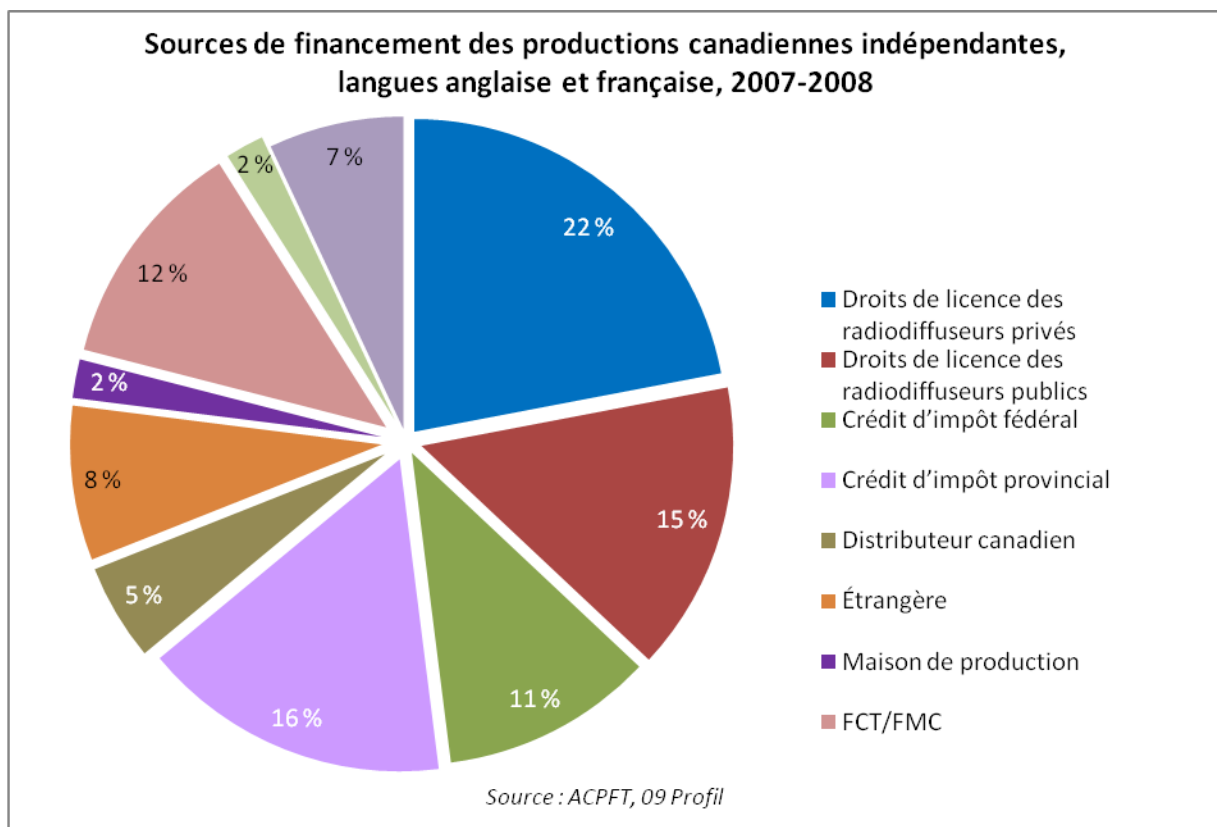


¹¹ Source : Fonds canadien de télévision, « Le Fonds canadien de télévision accroît le financement de ses programmes pour 2009-2010 », communiqué de presse du 2 mars 2009

- ❖ Le FMC combine, reformule et repositionne deux fonds qui sont en place depuis plus d’une décennie, soit le Fonds canadien de télévision et le Fonds des nouveaux médias du Canada. La fusion de ces deux fonds permettra au FMC d’appuyer la télévision canadienne sur de multiples plateformes, soit la télévision linéaire, en ligne et les appareils mobiles. Selon les prévisions, la majorité des ressources du FMC sera acheminée vers des projets impliquant des plateformes multiples en 2010-2011, soit la programmation présentée à la télévision et sur une autre plateforme. Les radiodiffuseurs privés du Canada, ainsi que d’autres parties prenantes de l’industrie, participent activement à définir ce Fonds et ses divers volets de financement. Fund and its various funding streams.

Les radiodiffuseurs privés sont la source la plus importante de financement de la télévision canadienne

- ❖ Les droits de licence versés par les radiodiffuseurs privés couvrent 22 % des frais de la programmation canadienne produite par des producteurs indépendants¹². Les radiodiffuseurs privés contribuent plus au financement de cette programmation que les radiodiffuseurs publics, le Fonds canadien de télévision, les crédits d’impôt fédéraux, les crédits d’impôt provinciaux et les maisons de production. Dépendant de la langue et du genre de programmation, les droits de licence des radiodiffuseurs privés peuvent représenter de 14 % à 35 % des frais d’une production¹³.



¹² ACPFT, 09 Profil

¹³ Ibidem

- ❖ L'acquisition de la programmation canadienne par les radiodiffuseurs privés se fait principalement auprès des producteurs indépendants et par le biais de productions à l'interne. Sur les 1,6 milliard de dollars que les radiodiffuseurs privés ont dépensés sur la programmation canadienne, 51 % est allé à la production à l'interne et 31 % à la production indépendante. Même si les radiodiffuseurs sont les propriétaires de la programmation qu'ils créent à l'interne ou acquièrent de maisons de production affiliées et peuvent exploiter cette programmation à tous les égards, les sommes qu'ils consacrent à la production indépendante leur permettent simplement de « louer » la programmation afin de la diffuser à la télévision pendant une période de temps.

Sommes consacrées à la programmation canadienne en 2008 par les services privés de télévision traditionnelle, payante et spécialisée

Production à l'interne	841,1 M\$
Maison de production affiliée aux radiodiffuseurs	86,2 M\$
Production indépendante	508,4 M\$
Autres sources	209,9 M\$
Total : programmation canadienne	1 645,6 M\$

Source des données : CRTC, Relevés statistiques et financiers, télévision traditionnelle, télévision spécialisée, payante, TVC et VSD, 2004-2008

- ❖ Les radiodiffuseurs sont le lien entre les auteurs du contenu et les téléspectateurs canadiens. Et, les services de radiodiffusion sont la voie qu'empruntent les Canadiens pour se brancher au contenu télévisuel canadien sur les ondes, en ligne et par le biais d'appareils mobiles. Dans un univers où se multiplient les choix de programmation, de plateformes et de fournisseurs de contenu réglementés et non réglementés, les radiodiffuseurs ne peuvent pas toutefois simplement « louer » la programmation canadienne. Ils doivent être en mesure de l'offrir là où les Canadiens veulent la regarder et de la façon dont ils veulent la regarder. Ce pourrait être de la programmation sur les ondes de la télévision linéaire, mais ce pourrait également être par le biais de la vidéo sur demande, de la diffusion en ligne ou sur appareil mobile, ou encore de la programmation extraite pour des fins auxiliaires comme des jeux ou des webisodes. Ce sont là tous des véhicules toujours émergents.