

Toute la vérité 7

Association des documentaristes du Canada

Septembre 2023



Disclaimer

L'Association des documentaristes du Canada (DOC) tient à exprimer sa reconnaissance à l'égard des organismes suivants qui ont contribué à la recherche et à la rédaction de ce rapport : le Fonds Bell, Téléfilm Canada, la Canadian Media Producer Association (CMPA), l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM) et Ontario créatif.

Les auteur.e.s de ce rapport souhaitent remercier pour leur généreuse participation à ce projet toutes celles et tous ceux qui ont accepté d'accorder une entrevue.

Toutes les opinions, découvertes, conclusions ou recommandations exprimées dans ce rapport sont celles des auteur.e.s et ne reflètent pas nécessairement les vues du Fonds Bell, de Téléfilm Canada, et du gouvernement canadien. Les bailleurs de fonds du gouvernement du Canada, leurs agences, la CMPA, l'AQPM et Ontario créatif, ne sont aucunement liés aux recommandations contenues dans ce rapport.

Traduction : Roger Bourdeau

Résumé Exécutif

Bénéficiant du soutien du Fonds Bell, de Téléfilm Canada, de la CMPA, de l'AQPM et d'Ontario créatif, l'Association des documentaristes du Canada (DOC) a mandaté Nordicity pour la préparation de la septième édition de Toute la vérité. Pour le vingtième anniversaire de ces rapports qui sont une véritable pierre angulaire pour l'industrie, Toute la vérité 7 examine l'impact économique de la production documentaire entre les années 2017-2018 et 2020-2021 ainsi que les tendances de la production, des budgets et du financement et enfin des publics. En plus du profil économique de l'industrie, le rapport examine les expériences des cinéastes documentaristes et les défis auxquels l'industrie et la communauté doivent faire face.

Cette étude a été élaborée par l'utilisation d'une approche de méthodes mixtes comprenant un examen des textes existants, une analyse de données de l'industrie, un sondage et des entrevues de personnages clés de l'industrie. Les données de l'industrie ont tout d'abord été obtenues du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) pour constituer la base des analyses statistiques et financières pour le secteur documentaire. De plus, lorsque ce fut possible ou pertinent, des données ont été recueillies auprès d'organismes de financement comme Téléfilm Canada, le Fonds des médias du Canada (FMC) ou l'Office national du film (ONF).



L'impact économique de la production documentaire

Le secteur de la production indépendante de documentaires au Canada est un important contributeur à l'économie canadienne, avec un volume de production approchant 1,3 milliard de dollars entre les années fiscales 2016/17 et 2020/21. Malgré le déclin généralisé de l'industrie en 2020/21 causé par la pandémie du COVID-19, la production documentaire a progressé et a continué de croître en 2021/22 atteignant une augmentation de production de 53,2 %, la plus grande augmentation calculée en pourcentage parmi l'ensemble des genres.

Au Canada, le secteur de la production indépendante de documentaires a contribué pour 421 millions de dollars au produit intérieur brut en 2020/21, chiffre basé sur 335 millions de dollars de dépenses de production directes et sur environ 5 600 emplois directs et indirects. L'ensemble de la production documentaire a progressé d'environ 32 % entre 2016/17,

cependant que le nombre d'heures de production augmentait de près de 37 % durant la même période. Le nombre de projets concrétisés durant cette période a légèrement diminué d'environ 4 %. Le financement international de productions indépendantes canadiennes a également augmenté globalement, passant de 44,4 millions de dollars à 76,1 M\$. Ces tendances sont en grande partie causées par les séries documentaires qui ont constitué le point fort du secteur documentaire canadien durant la période de cinq années examinées dans ce rapport. À contrario, les documentaires ou épisodes uniques et les longs métrages documentaires, film ou télé, ont connu dans l'ensemble un déclin assez régulier entre 2016/17 et 2020/21. Ces tendances se sont retrouvées à la fois dans les marchés de langue anglaise et de langue française.

Les budgets de production documentaire

Les budgets moyens par heure de production de documentaires en langue anglaise ont fluctué entre 2016/17 et 2020/21. Durant trois de ces cinq années, les documentaires ou épisodes uniques ont eu des budgets par heure plus élevés que l'ensemble des formats de langue anglaise pour n'importe quelle année. En 2020/21, le budget moyen par heure de production pour les documentaires ou épisodes uniques était de 376 353 \$, suivi par les longs métrages documentaires, film ou télévision avec des budgets moyens de 350 556 \$. Les séries documentaires avaient des budgets passablement plus bas à seulement 289 115 \$ en 2020/21.

Entre les années 2016/17 et 2020/21, les longs métrages avaient les budgets par heure les plus élevés que l'ensemble des formats de langue française, avec une moyenne de 398 485 \$ en 2020/21, suivi par les documentaires ou épisodes uniques dont la moyenne était de 231 259 \$. Tout comme les productions de langue anglaise, les séries documentaires avaient les plus basses moyennes de budget par heure, s'échelonnant d'un montant minimal de 141 307 \$ en 2019/20 à un maximum de 153 892 \$ en 2020/21.

Le financement de la production documentaire

Les données du BCPAC suggèrent qu'entre les années 2016/17 et 2010/21 la plus large part du financement provenait des crédits d'impôt provinciaux (196,1 M\$), suivis par le Fonds des médias du Canada (169,4 M\$), les distributeurs canadiens (148,2 M\$) et le financement de sources étrangères (143,5 M\$).

En 2020/21, les crédits d'impôt provinciaux représentaient près de 20 % du financement total, en augmentation d'un peu moins de 15 % en 2016/17. Le financement de sources étrangères a également augmenté sa part du financement total qui a plus que doublé de 7 % à 16 %. Alors que la part de financement des distributeurs canadiens, des télédiffuseurs canadiens publics et privés, du crédit d'impôt fédéral et des compagnies de production avait augmenté entre 2016/17 et 2020/21, leur part totale du financement a tout de même baissé durant cette période de cinq ans. De la même manière,

alors que le Fonds des médias du Canada continue d'offrir un financement cohérent à l'industrie de près de 35 millions de dollars annuellement, sa part du financement total a quand même chuté d'approximativement 17 % à 13 % entre 2016/17 et 2020/21.

Malgré ces fluctuations du financement entre 2016/17 et 2017/18, le financement global pour la production documentaire de tous formats en langue française a augmenté, passant de 76,2 M\$ à 101 M\$. Notons plus particulièrement que pour la production documentaire en langue française, il y a beaucoup moins, pour ne pas dire aucun, financement de la part de sources étrangères et des distributeurs canadiens. Parce que les télédiffuseurs demandent généralement aux productions documentaires de langue française d'avoir un contenu extrêmement local, cela constitue une barrière aux ventes internationales.

Les publics des documentaires canadiens

Au Canada et à l'international, l'audience des documentaires canadiens a fortement augmenté durant les confinements provoqués par la pandémie de COVID-19. Les spectateurs se sont intéressés davantage aux émissions de téléréalité criminelles, aux productions d'évasion et aux documentaires soulevant des questions d'ordre social.

Les productions documentaires pour la télévision de langue anglaise et de langue française ont atteint un sommet de la moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire en 2020, mais les baisses minimales en 2021 indiquent que cette tendance se poursuivra probablement. Bien que ce pourcentage soit légèrement en baisse, plus spécifiquement pour les heures de pointe, les documentaires canadiens représentent près

de la moitié des heures de visionnements de documentaires de langue anglaise à la télévision, par opposition aux documentaires étrangers. Cependant, le marché télévisuel du documentaire de langue française est très largement dominé par les productions canadiennes qui représentent près du trois quarts des heures d'écoute et aucune tendance à la baisse.

En 2022, les documentaires canadiens ont fait bonne figure au box-office au Canada malgré une forte compétition internationale. En 2022, les documentaires canadiens de langue française ou multilingue ont eu nettement plus de succès que les documentaires uniquement en langue anglaise. 2022 a également été une meilleure année que 2021, en espérant que cela indique une tendance à la hausse.

Tendances clés, défis et opportunités

Le sondage et les entrevues des parties prenantes nous ont fourni davantage d'informations sur le contexte des données citées plus haut. L'analyse qualitative a révélé que les documentaristes font toujours face à plusieurs défis, parmi lesquels le plus crucial est celui lié au financement. Plus spécifiquement, les participant.e.s au sondage ont cité la difficulté d'accéder aux financements pour la création de leurs films, se frayer un chemin à travers la bureaucratie des systèmes publics officiels de financement et l'accès au financement pour la mise en marché et la promotion de leurs films comme étant les trois obstacles auxquels créatrices et créateurs de documentaires sont confronté.e.s.

Cinéastes et parties prenantes ont également souligné que l'essor des plateformes de diffusion en ligne avait provoqué des transformations de la distribution et aussi sur la manière

dont leur public peut être rejoint. Bien que la diffusion en ligne ait permis aux créateurs et créatrices de toucher un public plus large et mieux ciblé, cela a également créé un environnement encombré et très compétitif. Les cinéastes utilisent toute une panoplie de méthodes pour trouver un public pour leurs films, notamment en embauchant des agent.e.s de publicité, en mettant en place une stratégie de promotion en ligne et en engageant un.e producteur.trice d'impact.

Malgré l'intérêt grandissant pour la diversité et l'équité dans l'industrie, les cinéastes qui s'identifient comme faisant part de groupes en quête d'équité rencontrent des obstacles supplémentaires à cause de leur identité. Les participant.e.s ont fait référence aux préjugés institutionnels comme les préjugés raciaux ou de genre qui représentent des défis de taille et donnent l'impression que leurs projets étaient souvent pris à

Tendances clés, défis et opportunités

la légère à cause de leur identité. En outre, plusieurs personnes noires, autochtones ou d'autres communautés racisées ont le sentiment que leur identité et leur expérience particulières sont schématisées ou incomprises par les décideur.euse.s. Toutefois, les cinéastes ont noté que la communauté du documentaire était plus progressiste sur les questions d'inclusion que la communauté du cinéma dans son ensemble au Canada et ont également reconnu les efforts de bonne foi pour le financement et la promotion au pays d'histoires qui soient plus diverses.

D'autres courants observés dans l'industrie incluent la tendance pour les cinéastes documentaristes à conserver leur PI au Canada, avec 70 % des participant.e.s au sondage qui conservent leurs droits dans 76 % à 100 % des cas.

L'importance du documentaire dans le développement communautaire et la construction d'une histoire a également été soulignée avec 43 % des répondant.e.s au sondage qui ont mentionné avoir réalisé des documentaires sur eux-mêmes, leurs familles et leurs communautés.

Enfin, quand on leur demande de définir le contenu canadien dans la perspective des changements à venir résultants de la nouvelle Loi sur la diffusion continue en ligne, la plupart des cinéastes l'ont défini comme un contenu dont la PI est détenue par des Canadien.ne.s et pour laquelle des Canadien.ne.s occupent les principaux postes créatifs. Les répondant.e.s ont aussi mis l'emphasis sur le fait qu'à cause des styles et des points de vue uniques des documentaristes canadiens, le contenu n'avait nullement besoin d'être filmé à l'intérieur des frontières du Canada pour être considéré canadien.

Table des matières

1. INTRODUCTION	12	<i>4.4 Séries documentaires</i>	63
1.1 Méthodologie	13	<i>4.5 Constatations sommaires</i>	67
2. IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA PRODUCTION DOCUMENTAIRE	14	5. LES PUBLICS DES DOCUMENTAIRES CANADIENS	68
2.1 Survol du documentaire indépendant au Canada	15	5.1 Cotes d'écoute à la télévision	71
2.2 Longs métrages documentaires (cinéma ou télé)	24	5.2 Le public en salles	76
2.3 Épisodes ou documentaires uniques	28	5.3 Constatations sommaires	81
2.4 Séries documentaires	32	6. CRÉER DES DOCUMENTAIRES AU CANADA –	
2.5 Constatations sommaires	37	TENDANCES CLÉS, DÉFIS MAJEURS ET POSSIBILITÉS	82
3. SURVOL DES BUDGETS DE PRODUCTION DOCUMENTAIRE	40	<i>L'accès au financement</i>	93
3.1 Langue anglaise	40	<i>Conservation de la propriété intellectuelle (PI)</i>	96
3.2 Langue française	43	<i>Découvrabilité et distribution des documentaires</i>	99
3.3 Constatations sommaires	46	<i>Le développement communautaire et storytelling</i>	102
4. FINANCEMENT DE LA PRODUCTION DOCUMENTAIRE	47	<i>Communautés en quête d'équité</i>	103
4.1 Survol du financement	47	<i>Définition du contenu canadien</i>	105
4.2 Documentaires de longs métrages, film ou télé	57	6.1 Constatations sommaires	107
4.3 Épisodes et documentaires uniques	59		

Table des matières - cont.

APPENDIX A. LIST OF INTERVIEWEES	-
APPENDIX B. SURVEY QUESTIONS	-
APPENDIX C. PROFILE OF SURVEY RESPONDENTS	-
APPENDIX D. ADDITIONAL CHARTS	-

1. Introduction

Depuis 2003, l'Association des documentaristes du Canada (DOC) commande un portrait pluriannuel détaillé du secteur de la production indépendante de documentaires au Canada, pour les marchés de langue anglaise et de langue française. Ces rapports *Toute la vérité* présentent une image claire et opportune des tendances économiques qui sont essentielles au travail de représentation politique de DOC au nom de la communauté des documentaristes.

Avec le soutien du Fonds Bell, de Téléfilm Canada, de la CMPA, de l'AQPM et d'Ontario créatif, DOC a mandaté Nordicity pour la préparation de la septième édition de *Toute la vérité*. Pour le vingtième anniversaire de ces rapports qui sont une véritable pierre angulaire pour l'industrie, *Toute la vérité 7* examine l'impact économique de la production documentaire entre les années 2016-2017 et 2020-2021 ainsi que les tendances de la production, des budgets et du financement et enfin des publics. En plus du profil économique de l'industrie, le rapport examine les expériences des cinéastes documentaristes et les défis auxquels l'industrie et la communauté doivent faire face.

De première importance, cette septième édition de *Toute la vérité* offre un point de vue primordial sur les transformations du secteur documentaire durant les années de prépandémie et durant la pandémie. En plus des vingt ans de données issues de *Toute la vérité*, l'année 2023 marque également deux autres jalons de première importance : le 40^e anniversaire de l'Association des documentaristes du Canada et l'adoption de la Loi sur la diffusion continue en ligne, qui constituent un tournant décisif pour le secteur culturel canadien. Cette mise à jour de la Loi sur la Radiodiffusion exige désormais des plateformes de diffusion en ligne qu'elles contribuent à la production de contenus canadiens, une première depuis les débuts de la régulation du secteur de la radiodiffusion par le gouvernement canadien il y a une trentaine d'années. Le système basé sur la radiodiffusion qui a façonné la production canadienne de documentaires depuis plusieurs générations arrive donc à son terme et de nouveaux horizons se font jour.

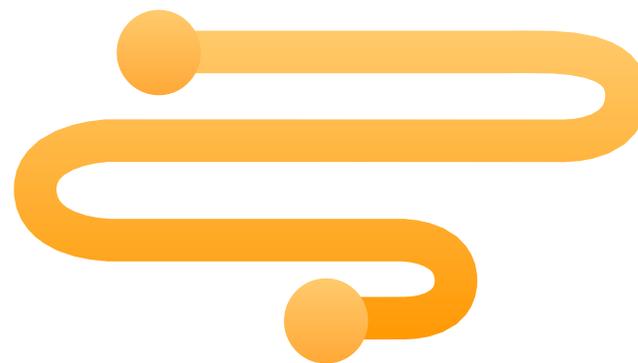
1.1 Méthodologie

Cette étude a été élaborée par l'utilisation d'une approche de méthodes mixtes comprenant un examen des textes existants, une analyse de données de l'industrie, un sondage et des entrevues de personnages clés de l'industrie. Nordicity a tout d'abord obtenu des données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)¹ pour constituer la base des analyses statistiques et financières pour le secteur documentaire. De plus, lorsque ce fut possible ou pertinent, des données ont été recueillies auprès d'organismes de financement comme Téléfilm Canada (Téléfilm), le Fonds des médias du Canada (FMC) ou l'Office national du film (ONF). De façon à préserver l'anonymat, les points de données ayant un faible taux de réponses n'ont pas été partagés avec Nordicity ou signalés.

Par la suite, Nordicity a collecté des données primaires par le biais d'un sondage auprès de 234 créatrices et créateurs de documentaires et de 10 entrevues avec des productrices et producteurs de l'ensemble du Canada. Le sondage a été

diffusé par le biais de différents canaux, tels des courriels ou des bulletins et également sur les réseaux sociaux comme Twitter, Instagram, Facebook et LinkedIn. Enfin, le sondage était également disponible aux participant.e.s sur le groupe de discussion privé spécifiquement destiné aux membres de DOC.

Dans le cours du rapport, les données mesurées sont ventilées par formats documentaires. Bien que la désignation de ces formats soit autodéclarée par les compagnies de production, d'une manière générale, long métrage, film ou télévision, désigne des documentaires de plus de 75 minutes, les documentaires ou épisodes uniques ont moins de 75 minutes et les séries comprennent 2 épisodes ou plus.



¹ Les données du BCPAC sont basées sur n'importe quelle étape de l'application (Partie A ou B) au projet au moment de l'inscription.

2. Impact économique de la production documentaire

Cette partie fournit un aperçu de l'impact économique de la production documentaire en examinant les tendances actuelles des volumes de production, du nombre de projets et d'heures de production et les données chiffrées sur l'emploi. Nous présentons premièrement un survol du documentaire indépendant au Canada, puis un découpage axé sur trois formats de documentaires différents : les longs métrages (cinéma ou télévision), les documentaires ou épisodes uniques et les séries.



2.1 Survol du documentaire indépendant au Canada

Le secteur de la production indépendante de documentaire au Canada est un important contributeur à l'économie canadienne, avec un volume de production approchant 1,3 milliard de dollars entre les années fiscales 2016/17 et 2020/21. Malgré le déclin généralisé de l'industrie en 2020/21 causé par la pandémie du COVID-19, la production documentaire a progressé et a continué de croître en 2021/22 atteignant une augmentation de production de 53,2 %, la plus grande augmentation calculée en pourcentage parmi l'ensemble des genres.² De plus, en 2021/22, le documentaire était le deuxième plus important contributeur à l'augmentation de 1,10 milliard de dollars de la production de contenu au Canada, principalement due à l'augmentation de la production de documentaires pour la télévision et de longs métrages.³

Les séries documentaires ont invariablement constitué la majorité de la production du secteur canadien du

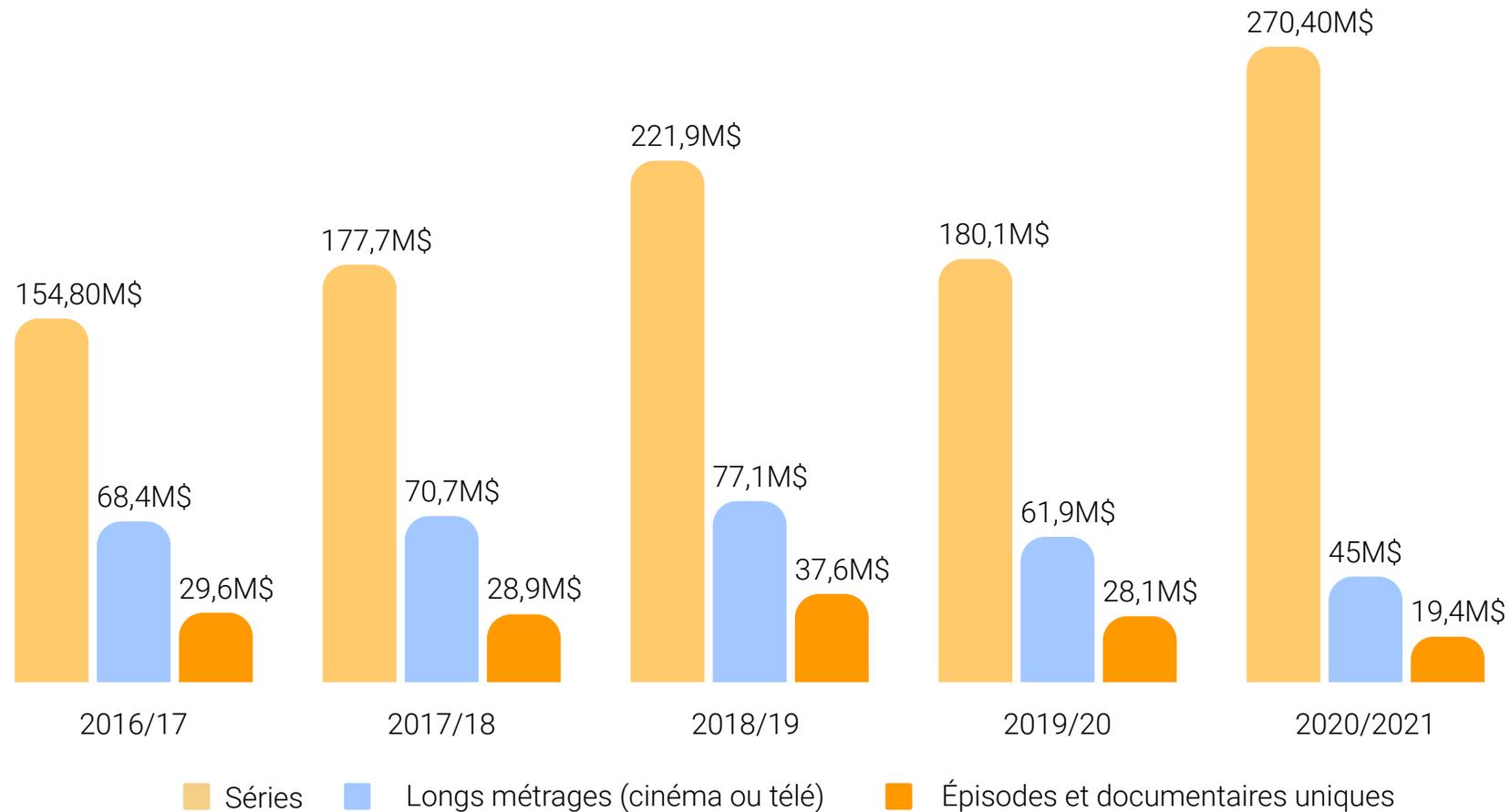
documentaire durant la période couverte par ce rapport. Ont suivi les documentaires et épisodes uniques, puis les longs métrages documentaires, destinés aux salles ou à la télévision. Les résultats du sondage reflètent ces tendances ; les documentaires produits les plus fréquemment sont, dans l'ordre, les séries de moins de 30 minutes, les séries de 30 minutes et plus et les courts métrages uniques (moins de 15 minutes).

Le volume de production des séries documentaires au progressé régulièrement et rapidement entre 2016/17 et 2018/19, à l'exception d'une baisse en 2019/20, suivie d'une hausse spectaculaire en 2020/21. Par contraste, alors que les épisodes et documentaires uniques et les longs métrages documentaires ont vu leur volume de production croître en 2018/19, ils ont connu un déclin général régulier entre 2016/17 et 2020/21.

² Profil 2022 – Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada, ACPM

³ Idib

Tableau 1 – Production totale de documentaires indépendants canadiens par format : 2016/17 à 2020/21



Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Le nombre de projets et le nombre d'heures de production pour les documentaires uniques et les productions de longs métrages présentent des tendances analogues à celles du volume de production des deux formats, bien que la ligne de croissance menant à la baisse de 2019/20 soit moins

clairement définie. Les séries documentaires et les heures de production suivent également le même motif de croissance et de baisse, cependant la baisse de 2019/20 est moins importante comparée au volume de production.

Tableau 2 – Production de documentaires indépendants canadiens : volume de production total, nombre de projets et d’heures produites par format de 2016/17 à 2020/21

Volume de productions (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	154.8	177.7	221.9	180.1	270.4
Épisodes ou documentaires uniques	68.4	70.7	77.7	61.9	45.0
Longs métrages (cinéma ou télé)	29.6	28.9	37.6	28.1	19.4
Total	252.8	277.3	336.6	270.1	334.8

Nombre de projets

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	154.8	177.7	221.9	180.1	270.4
Épisodes ou documentaires uniques	68.4	70.7	77.7	61.9	45.0
Longs métrages (cinéma ou télé)	29.6	28.9	37.6	28.1	19.4
	252.8	277.3	336.6	270.1	334.8

Nombre d'heures

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	751	758	835	783	1225
Épisodes ou documentaires uniques	207	185	208	169	139
Longs métrages (cinéma ou télé)	80	80	90	74	53
Total	1038	1023	1130	1026	1417

La trajectoire impressionnante des séries documentaires se reflète dans la part qu'elle détient dans le marché des séries télévisuelles canadiennes. La part du volume de production de l'ensemble des séries a augmenté de 6,1 % à 13,2 %, pendant que le nombre de projets augmentait de 16,6 % à 29,1 %.

En dépit de la baisse importante dans la production d'épisodes et de documentaires uniques, ils constituent toujours plus de la moitié de l'ensemble de la production

dans ce format au Canada. Ceci s'explique par le fait que la production d'épisodes et de documentaires uniques a suivi une baisse généralisée qui ne touchait pas seulement les documentaires.⁴ La production de longs métrages documentaires qui ne représentait déjà qu'une très petite part de l'ensemble de la production canadienne de longs métrages, a diminué régulièrement depuis 2018/19, atteignant un plancher de 2,4 % du volume de production et de 11,4 % du nombre de projets en 2020/21.

⁴ Profil 2022, ACPM, <https://telefilm.ca/fr/etudes/profile-2022-economic-report-on-the-screen-based-media-production-industry-in-canada>

Tableau 3 – Part de l'ensemble de la production canadienne de contenu par format : 2016/17 à 2020/21

Volume de productions (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	6.1%	7.1%	8.9%	7.4%	13.2%
Épisodes ou documentaires uniques	52.2%	52.7%	53.5%	59.8%	57.4%
Longs métrages (cinéma ou télé)	5.1%	5.4%	6.1%	4.6%	2.4%

Nombre de projets

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	16.6%	16.8%	17.6%	18.3%	29.1%
Épisodes ou documentaires uniques	66.6%	64.9%	61.6%	63.1%	71.3%
Longs métrages (cinéma ou télé)	21.6%	21.5%	21.4%	18.4%	11.4%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Soulignons également une baisse importante du nombre d'emplois créés en production documentaire entre les années fiscales 2016/17 et 2020/21 pour les épisodes et documentaires uniques et les longs métrages (cinéma ou télé). Malgré les fluctuations en 2018/19, le nombre d'emplois équivalents temps plein (ETP) directs et indirects créés a chuté de 1 620 à 750 pour la production d'épisodes et documentaires uniques et de 700 à 320 pour la production de longs métrages

(cinéma ou télé). Le nombre d'ETP directs pour la production d'épisodes et de documentaires uniques a chuté de 640 à 380 et de 280 à 160 pour la production de longs métrages (cinéma ou télé). Par contre, les ETP directs et indirects pour les séries documentaires ont augmenté de 3 670 en 2016/17 à 4 520 en 2020/21 et le nombre d'emplois directs équivalents temps plein est passé de 1 450 à 2 300 pour la même période de 2020/21.

Tableau 4 – Total des emplois (ETP) directs et indirects par format documentaire : 2016/17 à 2020/21

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	3670	3560	4200	3260	4520
Épisodes ou documentaires uniques	1620	1420	1460	1120	750
Longs métrages (cinéma ou télé)	700	580	710	510	320
Total	5990	5560	6370	4890	5590

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Tableau 5 – Total des emplois directs en production indépendante film et télévision par format : 2016/17 à 2020/21

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	1450	1680	2020	1610	2300
Épisodes ou documentaires uniques	640	670	700	550	380
Longs métrages (cinéma ou télé)	280	270	340	250	320
Total	2370	2620	3060	2410	2840

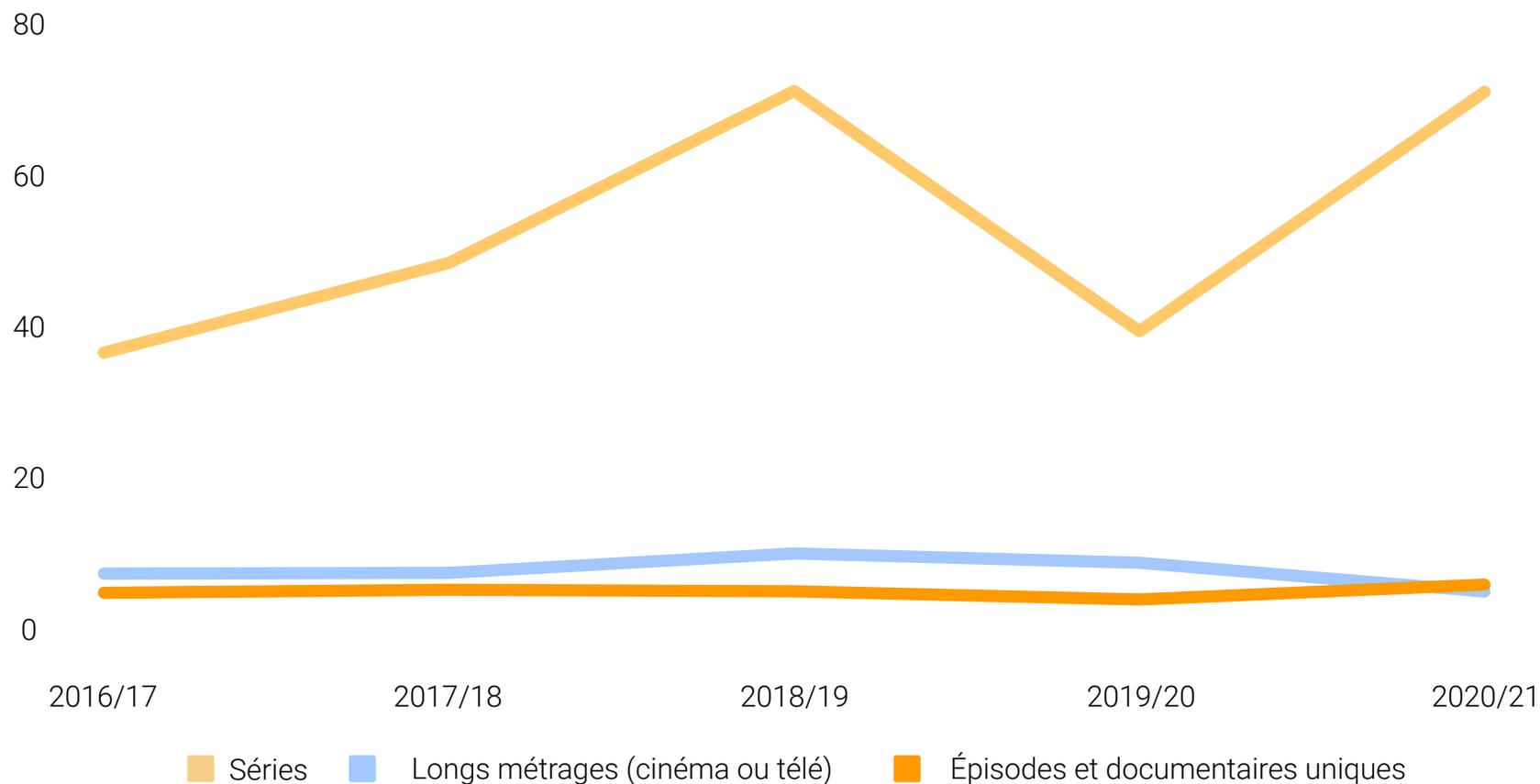
Dans l'ensemble, le financement international des documentaires indépendants canadiens a progressé de 44,4 M\$ à 76,1 M\$. Cette tendance était causée prioritairement par l'augmentation des séries documentaires qui ont presque doublé, bien que les investissements étrangers dans les

longs métrages film ou télé aient également augmenté entre 2016/17 et 2020/21. Le financement international des épisodes et documentaires uniques a baissé au cours de cette même période de cinq années.

Tableau 6 – Investissement étranger dans la production indépendante de documentaires canadiens par format : 2016/17 à 2020/21 (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	34.0	45.3	66.9	36.7	66.8
Épisodes ou documentaires uniques	6.4	6.5	9.0	7.8	4.1
Longs métrages (cinéma ou télé)	4.0	4.4	4.2	3.1	5.1
Total	44.4	56.2	80.1	47.6	76.1

Tableau 7 – Investissement étranger dans la production indépendante de documentaires canadiens par format : 2016/17 à 2020/21
 (millions \$)



Au Canada, le secteur de la production indépendante de documentaires a contribué pour 421 millions de dollars au produit intérieur brut en 2020/21, chiffre basé sur 335 millions de dollars de dépenses de production directes et sur environ 5 600 emplois directs et indirects. En comparant avec les données contenues dans Toute la vérité 6, on constate que

les emplois (ETP) ont sensiblement diminué, mais que les revenus du travail et la contribution au PIB ont augmenté considérablement. Ces chiffres indiquent que l'industrie du documentaire continue d'ajouter une forte valeur économique à l'industrie du cinéma et de la télévision canadienne et à l'économie au sens large.

Tableau 8 – Impact économique de la production documentaire au Canada par format : 2020/21

		Séries	Épisodes ou documentaires uniques	Longs métrages (cinéma ou télé)(film or TV)	Total
Directs	Emplois (ETP)	2,300	382	165	
	Revenus du travail (millions \$)	150	26	11	
	PIB (millions \$)	160	26	11	
Indirects	Emplois (ETP)	2,230	371	160	
	Revenus du travail (millions \$)	120	20	9	
	PIB (millions \$)	180	30	13	
Total	Emplois (ETP)	4,530	753	324	5,607
	Revenus du travail (millions \$)	270	46	20	336
	PIB (millions \$)	340	57	25	421

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

2.2 Longs métrages documentaires (cinéma ou télé)

La production de longs métrages documentaires (cinéma ou télé) contribue toujours à une petite fraction de la production totale des documentaires canadiens mais a tout de même chuté depuis les cinq dernières années. Entre 2016/17 et 2020/21, le volume de production des longs métrages

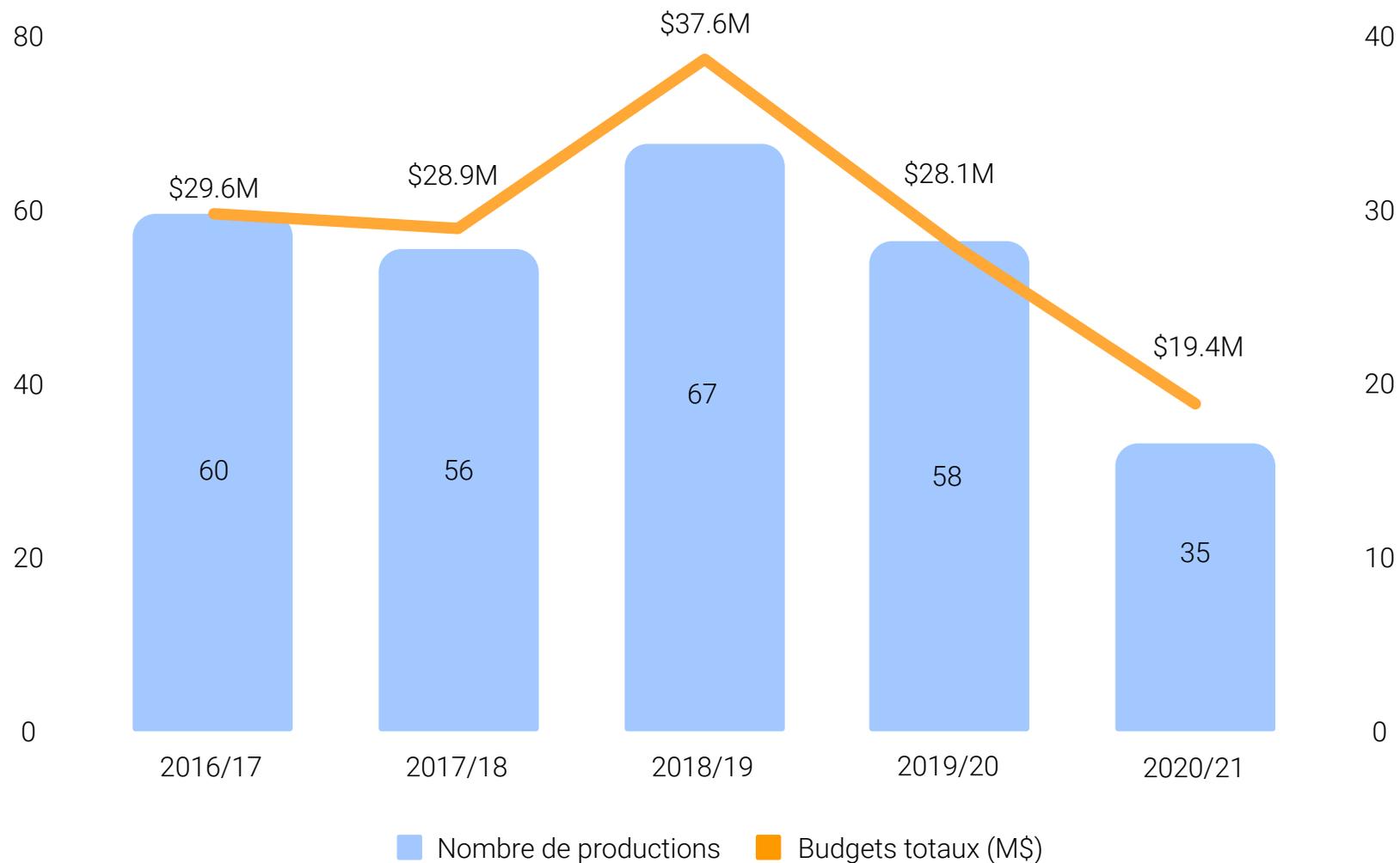
documentaires (cinéma ou télé) est passé de 29,6 millions de dollars à 19,4 millions de dollars. Au cours de la même période de 5 ans, le nombre de projets a également diminué de 60 à 35 tandis que le nombre d'heures de production documentaires a décliné de 80 à 53.

Tableau 9 – Volume total, nombre de projets et d'heures de production indépendantes de longs métrages documentaires canadiens (ciné ou télé) : 2016/17 à 2020/21

	Volume de production (millions \$)	Nombre de productions	Nombre d'heures produites
2016/17	29.6	60	80
2017/18	28.9	56	80
2018/19	37.6	67	90
2019/20	28.1	58	74
2020/21	19.4	35	53

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 10 – Volume total et nombre de projets de production de longs métrages documentaires canadiens (cinéma ou télé): 2016/17 à 2020/21



Entre 2016/17 et 2020/21, la part du documentaire a chuté dramatiquement dans les budgets totaux des productions de 5,1 % à 2,4 % et dans le nombre de productions de 21,6 % à 11,4 %.

Tableau 11 – Part des longs métrages documentaires canadiens (cinéma ou télé) dans l'ensemble de la production indépendante canadienne de longs métrages : 2016/17 to 2020/21

	Part du volume de production	Part du nombre de productions
2016/17	5.1%	21.6%
2017/18	5.4%	21.5%
2018/19	6.1%	21.4%
2019/20	4.6%	18.4%
2020/21	2.4%	11.4%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Le volume total de la production de longs métrages documentaires (cinéma ou télé) en langue anglaise a diminué de façon significative entre 2016/17 et 2020/21, passant de 24,3 millions à 13,9 millions de dollars. Le volume total de la production en langue française de longs métrages documentaires, cinéma ou télé, a grandement fluctué durant cette période de 5 ans, avec une forte augmentation à 8,7 millions de dollars en 2019/20, suivie d'une chute à 5,5 millions de dollars en 2020/21.

Tableau 12 – Volume total de la production de longs métrages documentaires en langue anglaise et française : 2016/17 à 2020/21

	Volume total de la production en langue anglaise (millions \$)	Volume total de la production en langue française (millions \$)	Total cumulé (millions \$)
2016/17	24.3	5.3	29.6
2017/18	22.1	6.7	28.9
2018/19	30.8	6.9	37.6
2019/20	19.3	8.7	28.1
2020/21	13.9	5.5	19.4

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 13 – Volume total de production de longs métrages documentaires de langue anglaise (cinéma ou télé) par région : 2016/17 à 2020/21 (millions \$)⁵

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Ontario	11.9	8.6	17.6	8.2	5.4
Québec	4.3	7.4	7.8	4.9	2.8
Autres provinces et territoires	8.1	6.2	5.7	6.3	5.7
Total	24.3	22.1 ⁶	30.8 ⁷	19.3 ⁸	13.9

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Le volume total de la production de longs métrages documentaires (cinéma ou télé) a diminué dans toutes les régions entre 2016/17 et 2020/21. Parmi les provinces ayant les plus importants volumes de production de longs métrages documentaires (cinéma ou télé), l'Ontario a vu son niveau de production réduit de plus de la moitié et celui du Québec a chuté presque autant.

5 Les chiffres pour les documentaires de longs métrages en langue française (cinéma ou télé) par région étaient trop bas pour être signalés séparément. Le BCPAC a cumulé les données pour les longs métrages en langue française hors Québec avec les longs métrages en langue anglaise hors Québec à cause de données trop faibles.

6 Les chiffres de cette colonne ne totalisent pas 22,1 en raison des arrondis.

7 Les chiffres de cette colonne ne totalisent pas 30,8 en raison des arrondis.

8 Les chiffres de cette colonne ne totalisent pas 19,3 en raison des arrondis.

2.3 Épisodes ou documentaires uniques

La production d'épisodes ou de documentaires uniques a baissé de 2016/17 à 2020/21. Malgré une augmentation en 2018/19, le volume de production d'épisodes ou de documentaires uniques a chuté d'environ 35 %, de 68,4 M\$ à

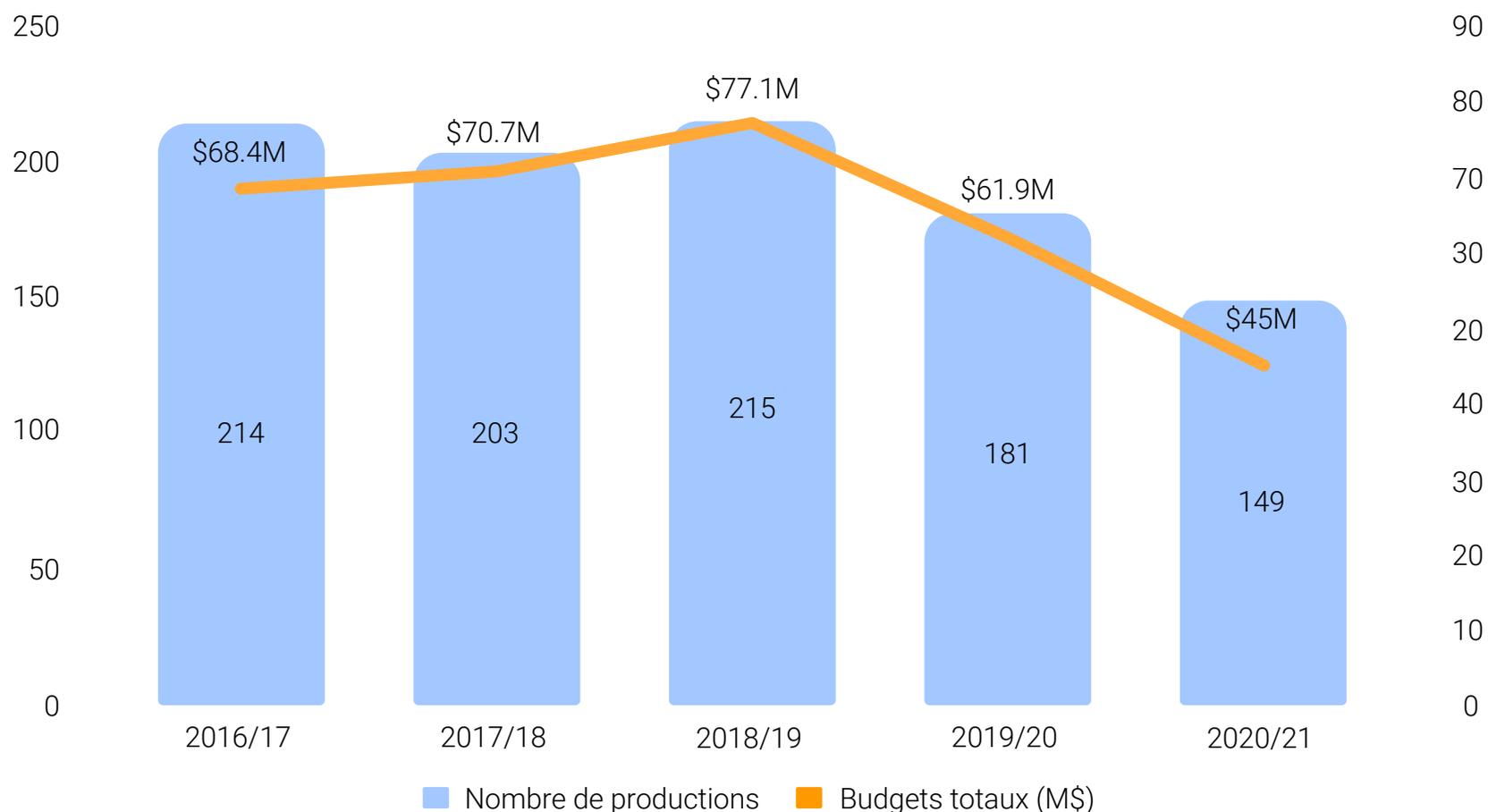
45 M\$ en 5 ans. Durant la même période, le nombre total de productions a baissé d'environ 30 %, de 214 à 149, alors que le nombre d'heures produites baissait également de près de 33 %, de 207 heures à 139 heures.

Tableau 14 – Volume total, nombre de projets et d'heures de production indépendantes d'épisodes et de documentaires uniques canadiens : 2016/17 à 2020/21

	Volume de production (millions \$)	Nombre de productions	Nombre d'heures produites
2016/17	68.4	214	207
2017/18	70.7	203	185
2018/19	77.1	215	208
2019/20	61.9	181	169
2020/21	45.0	149	139

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 15 – Volume total, nombre de projets et d’heures de productions indépendantes, d’épisodes et de documentaires uniques canadiens : 2016/17 à 2020/21



Les épisodes ou documentaires uniques ont représenté environ 55 % du volume de production et 65 % du nombre total de productions indépendantes canadiennes d’épisodes ou de documentaires uniques entre 2016/17 et 2020/21. Cette

part est demeurée constante malgré l’importante chute du nombre de productions causée par les baisses de production de documentaires uniques sur l’ensemble du pays.⁹

⁹ Profil 2022, ACPM, <https://telefilm.ca/fr/etudes/profile-2022-economic-report-on-the-screen-based-media-production-industry-in-canada>

Tableau 16 – La part des épisodes et documentaires uniques par rapport à l'ensemble de la production indépendante canadienne de 2016/17 à 2020/21

	Part du volume de production	Part du nombre de productions
2016/17	52.2%	66.3%
2017/18	52.7%	64.9%
2018/19	53.6%	61.6%
2019/20	59.8%	63.1%
2020/21	57.4%	71.3%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Le volume total de la production d'épisodes et documentaires uniques en langue anglaise a baissé de près de la moitié entre 2016/17 et 2020/21, passant de 50 M\$ à 30 M\$. Pour sa part, durant la même période, le volume total de la production en langue française d'épisodes et documentaires uniques a chuté de 18,4 M\$ à 14,9 M\$.

Tableau 17 – Le volume total de la production d'épisodes et de documentaires uniques en langue anglaise et française de 2016/17 à 2020/21

	Volume total de production en langue anglaise (Millions \$)	Volume total de production en langue française (Millions \$)
2016/17	50.0	18.4
2017/18	55.7	15.1
2018/19	61.4	15.6
2019/20	50.1	11.8
2020/21	30.0	14.9

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Le volume total de la production d'épisodes et documentaires uniques a chuté dans toutes les régions de 2016/17 à 2020/21. L'Ontario est de loin la province ayant le plus important volume de production, suivie par la Colombie-Britannique et le Québec.

Tableau 18 – Volume total de la production d'épisodes et de documentaires uniques en langue anglaise de 2016/17 à 2020/21 (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Canada Atlantique	5.2	6.1	3.5	3.9	2.3
Colombie-Britannique	7.7	10.9	9.3	9.1	3.2
Ontario	29.2	30.3	33.1	23.7	16.2
Prairies canadiennes et Territoires	2.6	4.5	8.5	3.4	3.7
Québec	5.5	3.8	7.0	10.0	4.6
Total	50.2	55.6	61.4	50.1	30.0

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

Comme on pouvait s'y attendre, le Québec a le plus important volume de production d'épisodes et de documentaires uniques en langue française. Le volume de production au Québec a augmenté de 5,5 M\$ en 2016/17 à 13,2 M\$ en 2020/21.

Toutefois, durant la même période de 5 ans, le volume de production a chuté dans les autres régions du Canada, passant de 7,7 M\$ à 1,8 M\$.

Tableau 19 – Volume total de la production d'épisodes et de documentaires uniques en langue française de 2016/17 à 2020/21 (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Québec	5.2	12.7	13.5	10.5	13.2
Autres	7.7	2.3	2.2	1.3	1.8
Total	12.9	15.0	15.7	11.8	15.0

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

2.4 Séries documentaires

Le volume de la production de séries documentaires et le nombre d'heures produites ont connu une croissance importante durant les cinq années couvertes par cette étude avec seulement un léger fléchissement en 2019/20 perturbant une nette tendance à la hausse. Sur la même période, le nombre de productions

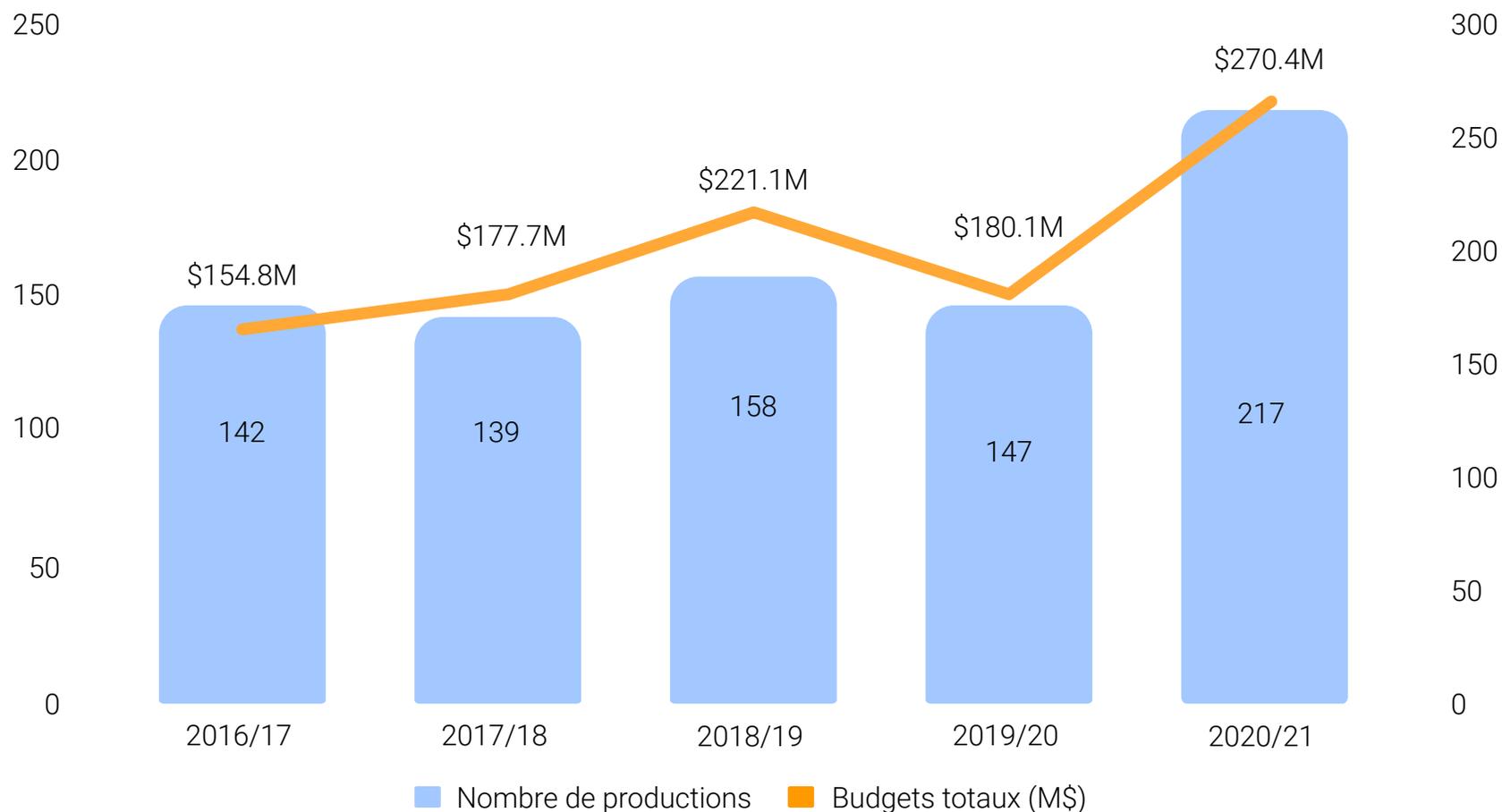
affiche une croissance moins évidente, mais a tout de même connu le même pic en 2020/2021. L'augmentation du nombre d'heures des séries documentaires entre 2019/20 et 2020/21 est bien plus marquée que l'augmentation du nombre de projet ou du volume de production.

Tableau 20 – Volume total, nombre de projets et d'heures de productions indépendantes de séries documentaires canadiennes : 2016/17 à 2020/21

	Volume de production (millions \$)	Nombre de productions	Nombre d'heures produites
2016/17	154.8	142	751
2017/18	177.7	139	758
2018/19	221.9	158	832
2019/20	180.1	147	783
2020/21	270.4	217	1225

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 21 – Volume total et nombre de projets de productions indépendantes de séries documentaires canadiennes : 2016/17 à 2020/21 (million \$)



Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Les séries documentaires ne constituent qu'un faible pourcentage du budget total de l'ensemble des productions indépendantes de séries canadiennes, mais représentent une part plus importante du nombre de productions. Les deux

pourcentages ont bondi considérablement en 2020/21 avec les séries documentaires qui atteignent près de 30 % des parts de l'ensemble des productions indépendantes de séries canadiennes.

Tableau 22 – Part des séries documentaires par rapport à l'ensemble de la production indépendante canadienne : 2016/17 à 2020/21

	Part du volume de production	Part du nombre de productions
2016/17	6.1%	16.6%
2017/18	7.7%	16.8%
2018/19	8.9%	17.6%
2019/20	7.4%	18.3%
2020/21	13.2%	29.1%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC et Profil 2021, ACPM

En 2016/17, le volume des séries documentaires en langue française a représenté un peu plus du tiers (33,5 %) du total de la production de séries documentaires. Dans les deux années qui ont suivi, cette part a chuté sous les 20 %. Toutefois, le secteur de langue française retrouvait en 2019/20 les niveaux

de 2016/17, et poursuivait sa montée en 2020/21, ce qui suggère un redressement de l'industrie francophone. Malgré une baisse substantielle en 2019/20, la production de séries documentaires en langue anglaise a également connu une hausse significative durant cette période de cinq années.

Tableau 23 – Volume total de la production de séries documentaires en langue anglaise et française de 2016/17 à 2020/21

	Volume total de production langue anglaise (millions \$)	Volume total de production en langue française (millions \$)	Total cumulé (millions \$)
2016/17	102.8	51.9	154.8
2017/18	142.8	34.9	177.7
2018/19	185.0	36.9	221.9
2019/20	126.4	53.7	180.1
2020/21	189.8	80.6	270.4

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

L'Ontario a invariablement produit la majorité des séries documentaires en langue anglaise depuis les cinq dernières années fiscales, ce qui représente plus de la moitié du volume de production pour l'ensemble du pays. La production de séries documentaires en Colombie-Britannique a augmenté durant la même période, mais sa part de la production canadienne totale est demeurée relativement constante entre 10 % et 15 %, à l'exception d'une poussée en 2019/20. Bien que

les contributions des Prairies canadiennes et des Territoires aient fluctuées, elles sont demeurées plutôt cohérentes sur la moyenne, ce qui signifie que leur part du volume national de production a décliné. Pour le Québec, à l'exception d'une poussée en 2018/19, la part de production de séries documentaires de langue anglaise est demeurée plutôt faible, comme celle du Canada atlantique qui est demeurée encore plus faible.

Tableau 24 – Volume total de la production de séries documentaires en langue anglaise par régions, de 2016/17 à 2020/21 (millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Canada atlantique	0.3	3.8	5.6	6.6	16.5
Colombie-Britannique	10.7	22.2	21.8	24.7	28.9
Ontario	53.5	88.9	109.9	80.8	113.4
Prairies canadiennes et Territoires	26.7	14.3	20.5	15.1	25.0
Québec	11.5	13.6	27.2	0.0	6.0
Total	102.8 ¹⁰	142.8	185.0	126.4	189.8

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Comme on pouvait s’y attendre, le Québec a le plus important volume de production de séries documentaire de langue française depuis les cinq dernières années, ce qui représente de 80 % à 90 % du volume national de production.

Tableau 25 – Volume total de la production de séries documentaires en langue française par régions, de 2016/17 à 2020/21 millions \$)

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Québec	41.6	28.9	33.9	49.0	71.6
Autres	10.3	6.0	3.0	4.7	9.0
Total	51.9	34.9	36.9	53.7	80.6

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

¹⁰ Numbers in this column do not add up to 102.8 due to rounding

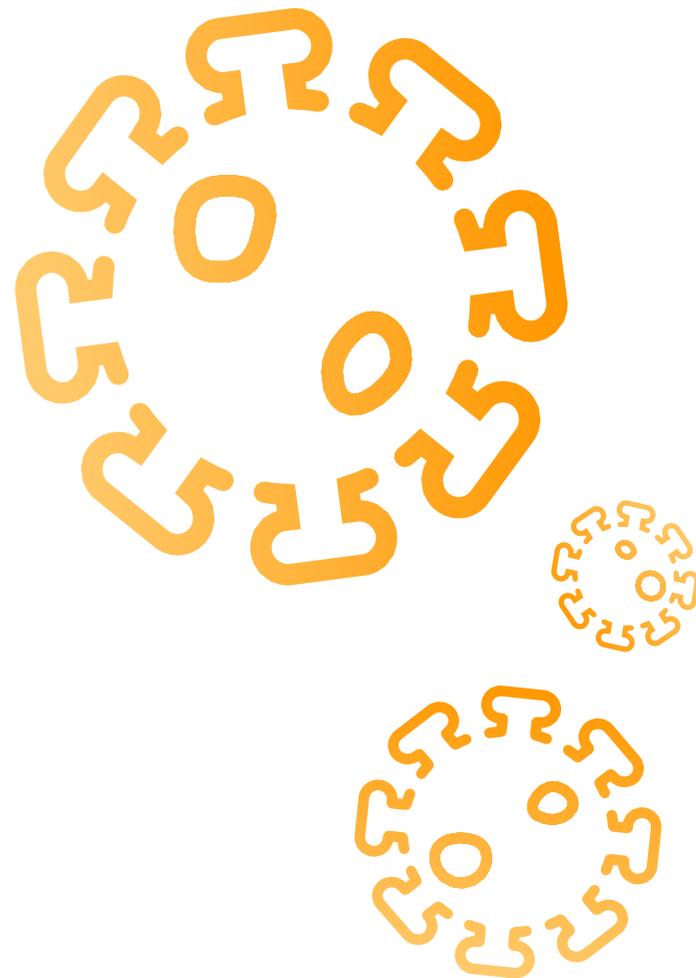
2.5 Constatations sommaires

Le secteur de la production indépendante de documentaires au Canada est un important contributeur à l'économie canadienne, avec un volume de production approchant 1,3 milliard de dollars entre les années fiscales 2016/17 et 2020/21. Malgré le déclin généralisé de l'industrie en 2020/21 causé par la pandémie du COVID-19, la production documentaire a progressé et a continué de croître en 2021/22 atteignant une augmentation de production de 53,2 %, la plus grande augmentation calculée en pourcentage parmi l'ensemble des genres.

Au Canada, le secteur de la production indépendante de documentaire a contribué pour 421 millions de dollars au produit intérieur brut en 2020/21, chiffre basé sur 335 millions de dollars de dépenses de production directes et sur environ 5 600 emplois directs et indirects. L'ensemble de la production

documentaire a progressé d'environ 32 % entre 2016/17, cependant que le nombre d'heures de productions augmentait de près de 37 % durant la même période. Le nombre de projets concrétisés durant cette période a légèrement diminué d'environ 4 %. Le financement international de productions indépendantes canadiennes a également augmenté globalement, passant de 44,4 millions de dollars à 76,1 M\$. Ces tendances sont en grande partie causées par les séries documentaires qui ont constitué le point fort du secteur documentaire canadien durant la période de cinq années examinées dans ce rapport. À contrario, les documentaires et épisodes uniques et les longs métrages documentaires, film ou télé, ont connu dans l'ensemble un déclin assez régulier entre 2016/17 et 2020/21. Ces tendances se sont retrouvées à la fois dans les marchés de langue anglaise et de langue française.

Les entrevues avec les créatrices et créateurs de documentaires ont révélé qu'à cause de la pandémie COVID-19, plusieurs producteur.trice.s avaient été confrontés à d'importants retards et avaient même été obligés de stopper certaines productions. Plusieurs facteurs ont contribué à ces délais, dont des problèmes de liquidités de la part des bailleurs de fonds et des investisseurs ; une pénurie des technologies et du soutien nécessaires pour la poursuite de la postproduction ; le coût psychologique de la solitude et de la distanciation sociale ; ou l'impossibilité de réaliser le type de tournage qui leur était nécessaire pour raconter leur histoire occasionnée par les mesures de distanciation ou les restrictions de déplacements. Ces impacts ont été aggravés pour les productions impliquant des communautés autochtones en raison d'obstacles particuliers liés aux restrictions de déplacements sur les réserves, au manque de possibilités alternatives de déplacements, aux mesures sanitaires ou de sécurité spécifiques à la communauté, et d'autres encore.





De plus, bien que cette recherche se concentre sur les productions en langue anglaise ou française qui constituent la majorité des productions de films documentaires au Canada, les résultats du sondage ont démontré que des documentaires

sont réalisés dans diverses langues. Des participant.e.s nous ont déclaré créer des documentaires en langues autochtones (6 %), (incluant ojibwé, cri, anichinabé, inuvialuktun et kanien'keha [mohawk]).

3. Survol des budgets de production

3.1 Langue anglaise

Les budgets moyens par heure de production de documentaires en langue anglaise ont fluctué entre 2016/17 et 2020/21. Durant trois de ces cinq années, les documentaires et épisodes uniques ont eu des budgets par heure plus élevés que l'ensemble des formats de langue anglaise pour n'importe quelle année. En 2020/21, le budget moyen par heure de production pour les documentaires et épisodes uniques était de 376 353 \$, suivi

par les longs métrages documentaires, film ou télévision, avec des budgets moyens de 350 556 \$.

Les séries documentaires avaient des budgets par heure passablement plus bas, allant d'une moyenne basse de 288 068 \$ en 2017/18 à 350 950 \$ en 2018/19, ce qui peut être causé par un amortissement des coûts.

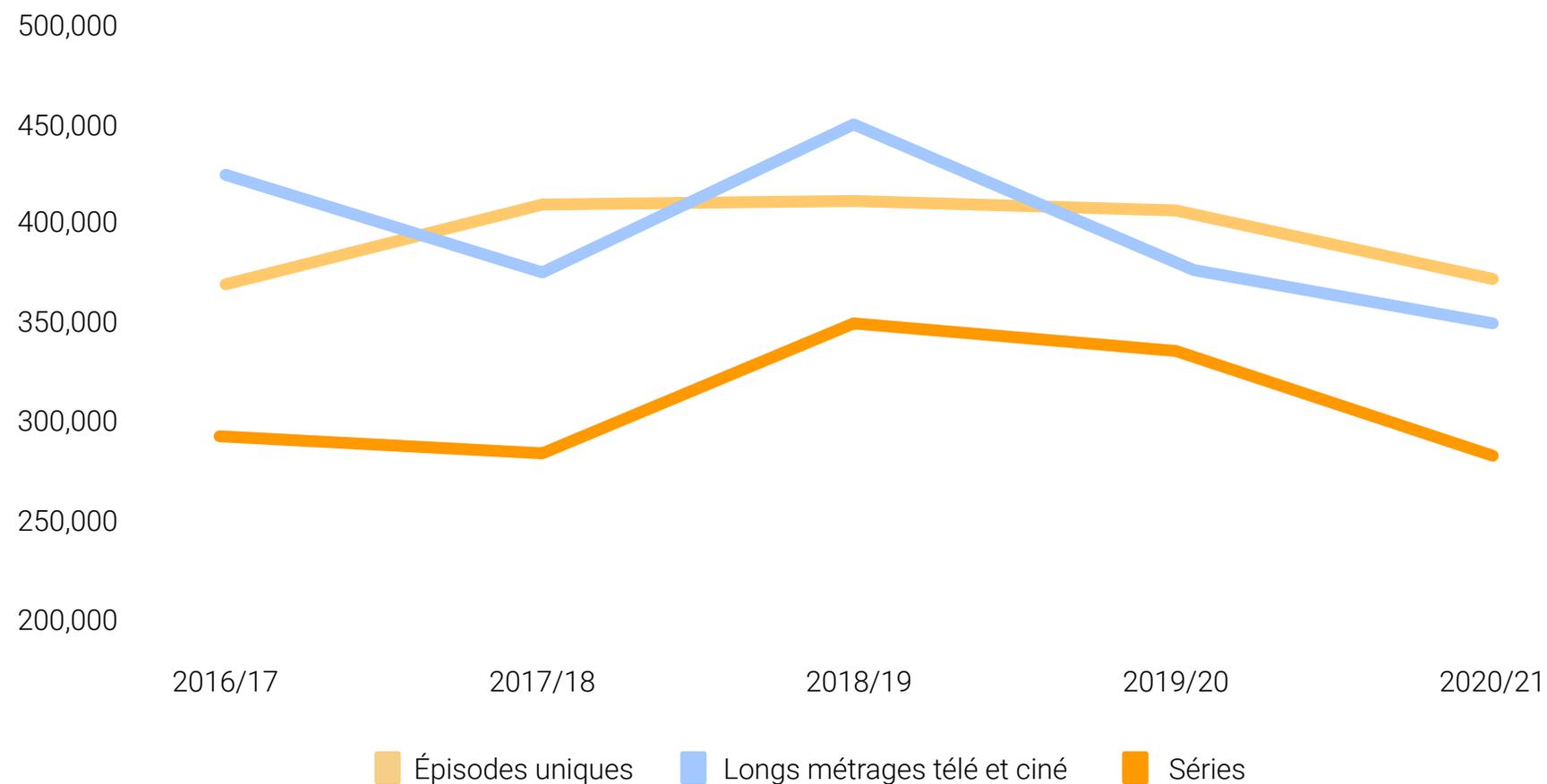
Tableau 26 – Moyenne des budgets par heure, tous formats, langue anglaise : 2016/17 à 2020/21

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	\$294,340	\$288,068	\$350,950	\$344,131	\$289,115
Épisodes ou documentaires uniques	\$377,615	\$413,983	\$415,576	\$414,121	\$376,353
Longs métrages (cinéma ou télé)	\$417,658	\$372,627	\$453,065	\$377,519	\$350,556

Source : BCPAC

11 Les budgets des longs métrages destinés aux salles sont généralement plus élevés, toutefois, selon la définition du BCPAC, « longs métrages, film ou télévision », inclut des projets de télévision à plus petit budget.

Tableau 27 – Moyenne des budgets par heure, tous formats, langue anglaise



Source : BCPAC

Au cours de cette période de cinq années, près de 43 % des séries documentaires avaient un budget par heure de production moyen variant entre 100 k\$ et 2499 k\$, et 30 % avaient un budget par heure entre 250 k\$ et 500 k\$. Le tableau suivant présente une ventilation par année.

Tableau 28 – Ventilation par plage de budget des budgets/heure, séries documentaires, langue anglaise, de 2016/17 à 2020/21¹²

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	10%	14%	13%	11%	6%
\$100K-\$249K	44%	41%	40%	32%	57%
\$250K-\$500K	31%	28%	27%	34%	28%
>\$500K	15%	17%	21%	23%	9%

Source : BCPAC

Tableau 29 – Moyenne des budgets/heure, longs métrages documentaires (cinéma et télé), langue anglaise, de 2016/17 à 2020/21

	Average Per-hour Budget
2016/17	307,319
2017/18	313,331
2018/19	364,728
2019/20	346,680
2020/21	292,263
Moyenne totale	324,864

Source : BCPAC

Entre 2016/17 et 2020/21 la moyenne totale des budgets par heure de production des longs métrages documentaires de langue anglaise était de 324 864 \$. La moyenne des budgets de production a culminé en 2018/19 à 364 728 \$, puis est redescendue à 292 263 \$ en 2020/21.

¹² Les données pour les épisodes uniques et les longs métrages (film ou télé) ne sont pas mentionnés à cause du faible nombre de données.

3.2 Langue française

Entre 2016/17 et 2020/21 les longs métrages avaient des budgets par heure les plus élevés que l'ensemble des formats de langue française, avec une moyenne de 398 485 \$ en 2020/21. Suivaient les épisodes et documentaires uniques

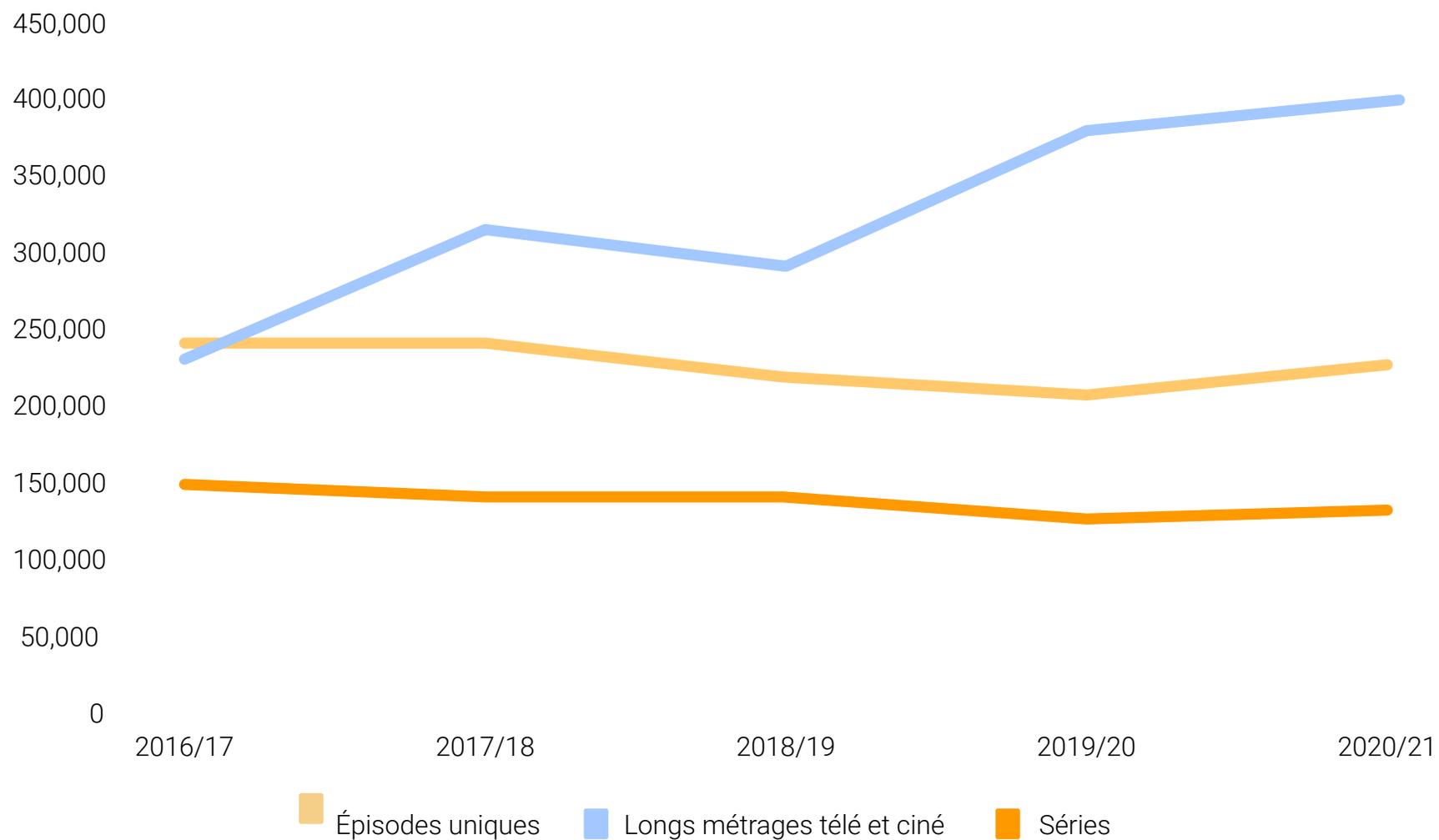
avec une moyenne de 231 259 \$. Tout comme les productions de langue anglaise, les productions de séries avaient les moyennes de budgets par heure les plus bas, s'échelonnant de 141 307 \$ en 2019/20 à un sommet de 153 892 \$ en 2020/21.

Tableau 30 – Moyenne des budgets par heure, tous formats documentaires, langue française, 2016/17 à 2020/21

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Séries	\$153,454	\$151,261	\$151,434	\$141,307	\$153,892
Épisodes unique	\$235,757	\$235,687	\$214,515	\$212,973	\$231,259
Longs métrages (cinéma ou télé)	\$229,939	\$312,824	\$296,879	\$369,656	\$398,485

Source : BCPAC

Tableau 31 – Moyenne des budgets/heure, tous formats documentaires, langue française, 2016/17 à 2020/21



Source : BCPAC

Tableau 32 – Ventilation par plage de budget des budgets/heure, tous formats, langue française, de 2016/17 à 2020/21

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	9%	13%	20%	16%	20%
\$100K-\$249K	67%	56%	48%	51%	54%
\$250K-\$500K	22%	28%	28%	26%	20%
>\$500K	2%	4%	3%	7%	7%

Source : BCPAC

En comparaison avec l'ensemble des formats, la proportion de documentaires ayant des budgets par heure entre 250 k\$ et 500 k\$ est demeurée relativement constante entre 2016/17 et 2020/21. Les budgets par heure de <100 k\$ ont augmenté de 9 % à 20 % alors que ceux de 100 k\$ à 249 k\$ ont baissé de 67 % à 54 %.

Les budgets moyens par heure de production pour les documentaires, film et télévision, pour le marché de langue française ont culminé en 2017/18 à 177 500 \$. La moyenne a chuté en 2018/19 à 160 814 \$. La moyenne totale de 2016/17 à 2020/21 était à 164 573 \$.

Tableau 33 – Moyenne des budgets/heure, documentaires film et télévision, langue française, 2016/17 à 2020/21

	Average Per-hour Budget
2016/17	\$161,433
2017/18	\$177,500
2018/19	\$160,814
2019/20	\$162,289
2020/21	\$160,828
Total Average	\$164,573

Source : BCPAC

3.3 Constatations sommaires

Les budgets moyens par heure de production de documentaires en langue anglaise ont fluctué entre 2016/17 et 2020/21. Durant trois de ces cinq années, les documentaires et épisodes uniques ont eu des budgets par heure plus élevés que l'ensemble des formats de langue anglaise pour n'importe quelle année. En 2020/21, le budget moyen par heure de production pour les épisodes et documentaires uniques était de 376 353 \$. Les séries documentaires avaient des budgets par heure de production passablement plus bas à seulement 289 115 \$ en 2020/21.

Entre 2016/17 et 2020/21 les longs métrages avaient des budgets par heure les plus élevés que l'ensemble des formats de langue française, avec une moyenne de 398 485 \$ en 2020/21. Suivaient les épisodes et documentaires uniques avec une moyenne de 231 259 \$. Tout comme les productions de langue anglaise, les productions de séries avaient les moyennes de budgets par heure les plus bas, s'échelonnant de 141 307 \$ en 2019/20 à un sommet de 153 892 \$ en 2020/21.

4. Financement de la production documentaire

4.1 Survol du financement

Créatrices et créateurs de documentaires obtiennent leur financement de plusieurs sources différentes. Les réponses à notre sondage offrent un éclairage pertinent sur la manière dont les documentaristes ont réussi à avoir accès à leur financement de provenance variées. Entre 2016/17 et 2020/21, la majorité a reçu une part de son financement de télédiffuseurs canadiens et de leurs plateformes (65 %), des bailleurs de fonds nationaux (54 %), du crédit d'impôt du fédéral (52 %) et des crédits d'impôt provinciaux (50 %). Une large proportion a également reçu du financement de bailleurs de fonds provinciaux (48 %) et des conseils des arts (36 %).

Nous vous présentons plus bas une analyse de la proportion des répondant.e.s à notre sondage qui ont reçu du financement de plusieurs sources différentes.

Il est intéressant de noter que 63 % des répondant.e.s au sondage ont indiqué qu'ils et elles avaient eu recours à du financement personnel ou à de l'autofinancement durant cette période, 17 % ont obtenu un financement international et 13 % ont eu la possibilité de solliciter des dons ou du financement participatif.

Tableau 34 – Proportion des répondant.e.s qui ont reçu du financement de différents organismes de financement entre 2016/17 et 2020/21

Type de bailleur de fonds	Organisme de subvention	Proportion des répondant.e.s qui ont reçu du financement
Financements nationaux (54 %)	Fonds des médias du Canada (FMC)	46 %
	Téléfilm Canada	26 %
	Office national du film (ONF)	20 %
Financements provinciaux (48 %)	SODEC	15 %
	Creative BC	12 %
	Ontario Créatif	12 %
	Yukon développement des médias	3 %
	Alberta Media Fund	2 %
	Musique & film Manitoba	2 %
	Programme de soutien à l'industrie du film, télévision et nouveaux médias du Nouveau-Brunswick	2 %
Télédiffuseurs canadiens ou leurs plateformes (65 %)	Canadian Broadcasting Corporation (CBC)	37%
	Société Radio-Canada (SRC)	12%
	Autre	12%
	Knowledge Network	9%
	TELUS	8%
	TV Ontario (TVO)	8%
	Bell Média - anglais	7%
	Super Channel	7%
	TV5 / Unis	7%
	APTN	5%
	Quebecor	3%
	Accessible Media Inc. (AMI)	3%
	Télé-Québec	3%
	Bell Média - français	3%
	Corus	3%
	Savoir Média	3%
TFO	0%	
Conseils des arts (36 %)	Conseils des arts provinciaux	24%
	Conseil des arts du Canada	24%
	Autre	4%
Autres sources de financement (12 %)	Rogers	9%
	Hot Docs	5%
	Le Fonds Bell	2%
	Autre	2%
	Indigenous Screen Office (ISO)	0.7%

Source : DOC, sondage Toute la vérité 7



Les données collectées auprès du BCPAC nous ont procuré un éclairage complémentaire sur les différentes sources de financement offertes à la production documentaire. Pendant cette période de cinq années, la plus importante part du financement provenait des crédits d'impôt provinciaux (196,1 M\$), suivi par le Fonds des médias du Canada (169,4 M\$), les distributeurs canadiens (148,2 M\$) et les sources étrangères (143,5 M\$).

En 2020/21, les crédits d'impôt provinciaux représentaient près de 20 % du financement total, en augmentation par rapport à un peu moins de 15 % en 2016/17. Le financement de sources

étrangères a également augmenté sa part du financement total qui a plus que doublé de 7 % à 16 %. Alors que la part de financement des distributeurs canadiens, des télédiffuseurs canadiens publics et privés, du crédit d'impôt du fédéral et des compagnies de production avait augmenté entre 2016/17 et 2020/21, leur part totale du financement a tout de même baissé durant cette période de cinq ans. De la même manière, alors que le Fonds des médias du Canada continue d'offrir un financement cohérent à l'industrie de près de 35 millions de dollars annuellement, sa part du financement total a tout de même chuté d'approximativement 17 % à 13 % entre 2016/17 et 2020/21.



Tableau 35 – Financement de la production documentaire de langue anglaise, tous formats, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	21.9	12.1%	25.9	11.8%	25.2	9.2%	28.7	14.7%	25.4	10.9%
Télédiffuseur public canadien	14.3	7.9%	19.2	8.7%	17.4	6.3%	11.2	5.7%	17.5	7.5%
Crédit d'impôts fédéral	17.4	9.7%	22.2	10.1%	27.8	10.1%	18.6	9.5%	21.8	9.3%
Crédit d'impôts provincial	26.6	14.7%	38.3	17.3%	49.9	18.2%	35.9	18.4%	45.4	19.5%
Compagnie de production	4.1	2.3%	6.4	2.9%	7.2	2.6%	4.3	2.2%	3.4	1.5%
Distributeur canadien	32.8	18.2%	27.8	12.6%	29.9	10.9%	21.6	11.1%	36.2	15.5%
Étranger	12.6	7.0%	23.9	10.8%	48.3	17.6%	22.1	11.4%	36.7	15.7%
Fonds des médias du Canada	30.5	16.9%	33.3	15.1%	40.8	14.9%	34.4	17.6%	30.4	13.0%
Autre public*	10.8	6.0%	12.6	5.7%	13.0	4.7%	9.6	4.9%	8.5	3.6%
Autre privé**	9.6	5.3%	11.2	5.1%	15.3	5.6%	8.8	4.5%	7.9	3.4%
Total	180.5	100%	220.7	100%	274.8	100%	195.0	100%	233.2	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Le financement global des coproductions de longs métrages documentaires en langue anglaise a fluctué entre 2016/17 et 2020/21, avec un point culminant en 2018/19 à 24,8 M\$. Durant cette période de cinq années, les sources de financement étrangères ont constitué la plus large part du financement

(27,9 %), suivies par les crédits d'impôts provinciaux (17,8 %) et le Fonds des médias du Canada (15,1 %). En 2020/21, les sources de financement étrangères représentaient plus de moitié du financement des coproductions documentaires en langue anglaise.

Tableau 36 – Financement des coproductions documentaires en langue anglaise, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	1.0	7.0%	0.2	1.4%	0.4	1.4%	0.1	1.0%	0.5	3.4%
Télédiffuseur public canadien	2.7	20.0%	1.0	9.4%	1.9	7.8%	0.7	8.5%	0.6	4.5%
Crédit d'impôts fédéral	1.4	10.0%	0.9	8.7%	2.6	10.6%	0.8	10.3%	1.0	6.9%
Crédit d'impôts provincial	2.0	15.0%	2.2	20.1%	4.9	19.7%	1.7	21.7%	1.8	12.3%
Compagnie de production	0.4	3.0%	0.5	5.1%	0.7	2.9%	0.3	4.4%	0.2	%1.5
Distributeur canadien	0.3	2.0%	0.7	6.7%	3.1	12.5%	0.3	4.3%	0.6	4.5%
Étranger	0.8	6.0%	2.4	22.5%	7.0	28.4%	2.4	30.9%	7.4	51.6%
Fonds des médias du Canada	3.9	29.0%	1.3	11.7%	2.6	10.3%	0.8	10.7%	1.9	13.6%
Autre public*	0.8	6.0%	1.5	14.0%	0.5	1.9%	0.2	2.0%	0.0	0.0%
Autre privé**	0.4	3.0%	0.1	0.5%	1.0	4.2%	0.5	6.1%	0.2	1.3%
Total	13.6	100%	10.7	100%	24.8	100%	7.6	100%	14.3	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Malgré les fluctuations entre 2016/17 et 2017/18, le total des financements pour l'ensemble des formats documentaires de langue française affiche une tendance à la hausse, allant de 76,2 M\$ à 101 M\$. Au cours de cette période de cinq années, la plus large part du financement pour l'ensemble des formats de documentaires en langue française provenait de télédiffuseurs canadiens privés (21,7 %), suivie par le Fonds des médias du Canada (19 %) et des crédits d'impôt provinciaux

(17,2 %). Notons plus particulièrement, que pour la production documentaire en langue française, il y a beaucoup moins, pour ne pas dire aucun, financement de la part de sources étrangères et des distributeurs canadiens. Parce que les télédiffuseurs demandent généralement aux productions documentaires de langue française d'avoir un contenu extrêmement local, cela constitue une barrière aux ventes internationales.

Tableau 37 – Financement de la production documentaire de langue française, tous formats, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	18.8	24.7%	5.7	10.0%	10.6	17.8	20.0	26.6%	29.9	29.6%
Télédiffuseur public canadien	10.1	13.2%	11.8	20.8%	11.2	18.9%	10.2	13.6%	13.0	12.9%
Crédit d'impôt fédéral	8.2	10.8%	5.9	10.5%	6.3	10.6%	8.3	11.1%	10.8	10.7%
Crédits d'impôt provinciaux	12.9	16.9%	10.0	17.6%	10.5	17.7%	13.3	17.6%	16.5	16.3%
Compagnie de production	2.6	3.4%	2.2	3.8%	2.5	4.2%	2.4	3.2%	2.0	1.9%
Distributeur canadien	0.6	0.7%	0.8	1.4%	0.7	1.2%	2.1	2.8%	2.8	2.8%
Étranger	0.2	0.3%	3.8	6.7%	0.2	0.3%	1.3	1.7%	0.0	0.0%
Fonds des médias du Canada	16.9	22.1%	10.6	18.6%	12.1	20.3%	12.3	16.4%	17.4	17.2%
Autre public*	3.9	5.2%	4.1	7.2%	4.5	7.6%	4.2	5.6%	6.9	6.8%
Autre privé**	2.0	2.6%	1.9	3.4%	0.8	1.4%	1.0	1.3%	1.8	1.8%
Total	76.2	100%	56.7	100%	59.4	100%	75.1	100%	101.0	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Le financement global des coproductions de longs métrages documentaires en langue française a fortement chuté entre 2016/17 et 2020/21. Les contributions ont diminué de 57 % durant cette période de cinq années. Pour les coproductions

de longs métrages documentaires en langue française, la plus grande part du financement provenait des télédiffuseurs publics canadiens (22,8 %), suivie du Fonds des médias du Canada (21,2 %) et des crédits d'impôt provinciaux (17,9 %)

Tableau 38 – Financement des coproductions documentaires de longs métrages en langue française, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%
Télédiffuseur privé canadien	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.1	7%	0.2	7%	0.3	29%
Télédiffuseur public canadien	0.8	28.0%	2.1	30.3%	0.4	37%	0.2	6%	0.2	13%
Crédit d'impôt fédéral	0.3	11.0%	0.8	11.8%	0.1	12%	0.4	12%	0.1	12%
Crédits d'impôt provinciaux	0.5	19.0%	1.5	21.1%	0.2	19%	0.5	17%	0.2	14%
Compagnie de production	0.2	8.0%	0.3	4.9%	0.0	3%	0.2	7%	0.0	3%
Distributeur canadien	0.0	0.0%	0.5	7.1%	0.1	5%	0.2	6%	0.0	0%
Étranger	0.03	0.1%	0.1	1.9%	0.0	4%	0.8	27%	0.0	1%
Fonds des médias du Canada	0.7	26.0%	1.5	21.0%	0.1	13%	0.5	18%	0.3	28%
Autre public*	0.1	4.0%	0.0	0.0%	0.0	2%	0.0	0%	0.0	0%
Autre privé**	0.1	3.0%	0.1	2.0%	0.0	0%	0.0	0%	0.0	0%
Total	2.8	100%	7.0	100%	1.2	100%	3.1	100%	1.2	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Suivant le déclin de 2017/18 et 2018/19, le prix moyen des droits de licence par heure payé par les télédiffuseurs pour les séries documentaires en langue anglaise affiche une tendance à la hausse depuis 2019/20. Le prix moyen des

droits de licence pour les documentaires et épisodes uniques et les longs métrages, cinéma ou télé, a chuté radicalement entre 2016/17 et 2020/21.

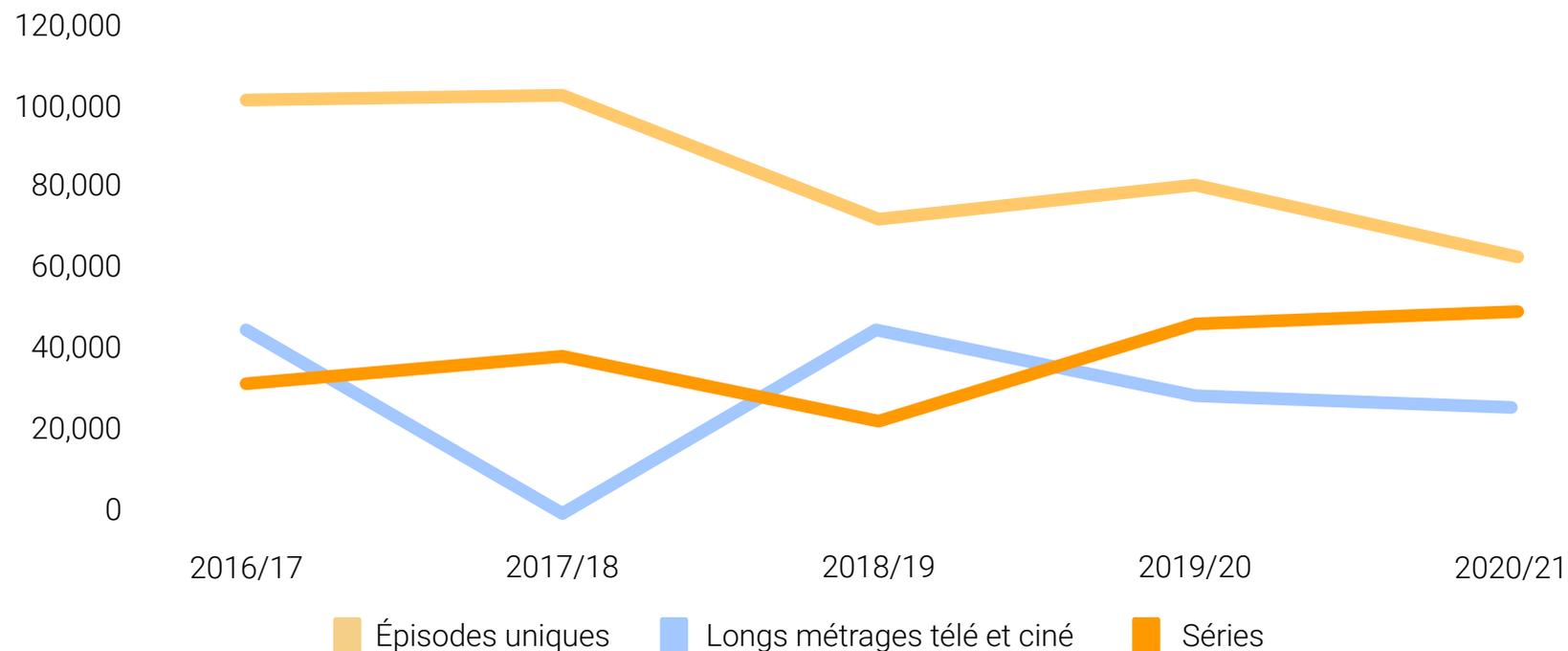
Tableau 39 – Prix moyen des droits de licence des documentaires, par heure, par format, langue anglaise

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Longs métrages (cinéma ou télé)	46,429	3,333 [†]	47,150	30,667	27,632
Épisodes ou documentaires uniques	100,000	102,000	73,132	80,400	62,967
Séries	35,554	38,652	28,796	40,046	42,500

Source : BCPAC

[†] Taux moyen des droits de licence très bas, à cause de la large part de longs métrages n'ayant aucun (0 \$) droit de licence de la part des télédiffuseurs en 2017/18

Tableau 40 – Prix moyen des droits de licence des documentaires, par heure, par format, langue anglaise



Source : BCPAC

Après un déclin, le prix moyen des droits de licence par heure a augmenté depuis 2019/20, pour tous les formats documentaires en langue française.

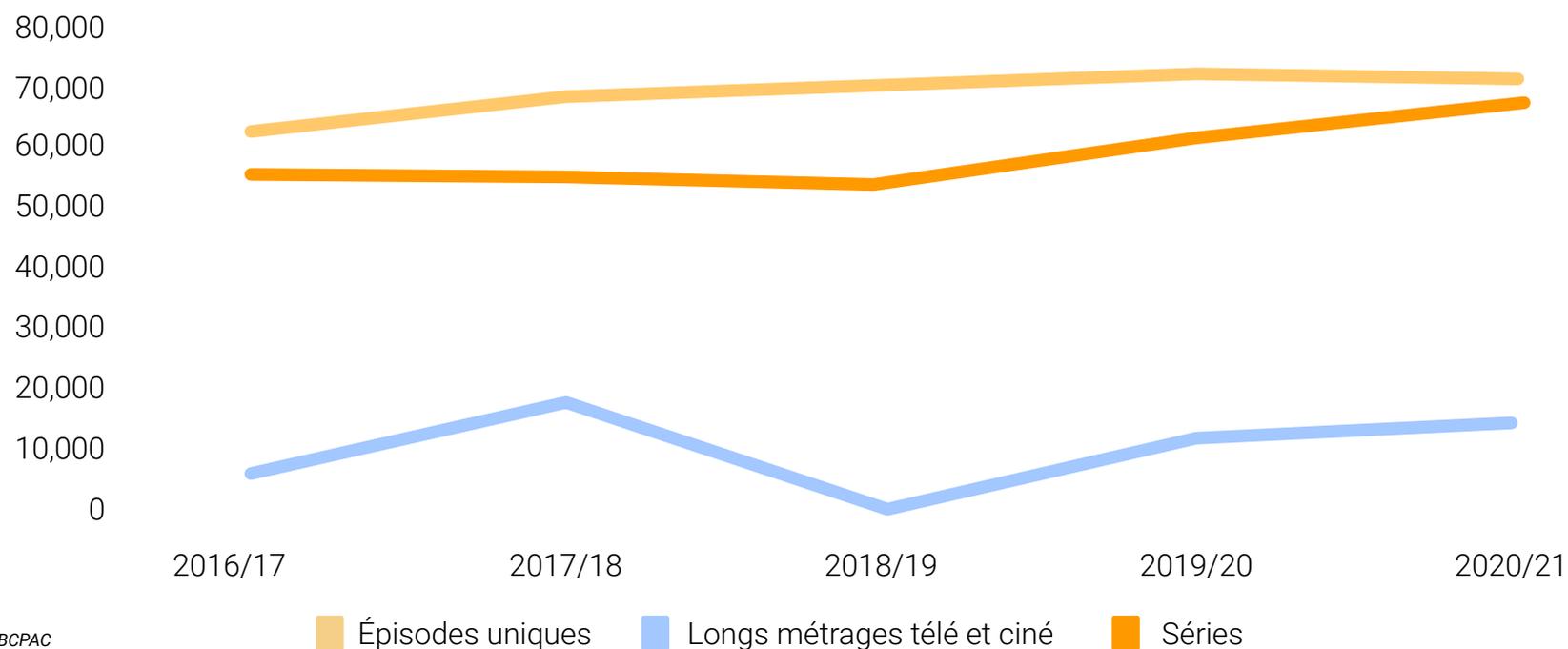
Tableau 41 – Prix moyen des droits de licence des documentaires, par heure, par format, langue française

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
Longs métrages (cinéma ou télé)	7,500	18,726	0*	9,512	11,000
Épisodes ou documentaires uniques	63,361	68,865	70,000	71,940	72,384
Séries	56,514	56,500	56,431	63,477	69,188

Source : BCPAC

* Taux moyen des droits de licence très bas, à cause de la large part de longs métrages n'ayant aucun (0 \$) droit de licence de la part des télédiffuseurs en 2018/19

Tableau 42 – Prix moyen des droits de licence des documentaires, par heure, par format, langue française



Source : BCPAC

Durant la période de cinq années, la contribution au financement total des crédits d'impôt du fédéral et du provincial a fluctué. Entre 2016/17 et 2020/21, les crédits d'impôt provinciaux ont compté pour la plus large part des contributions provenant

des crédits d'impôt, cumulant entre 61 % et 66 % du total des crédits d'impôt. Ces tendances se poursuivent toujours pour les marchés de langue anglaise et française (Tableaux 44 et 45).

Tableau 43 – Contribution totale des crédits d'impôt aux compagnies de production (\$ Millions)

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Total crédit d'impôt fédéral	25.7	39%	28.1	37%	34.1	36%	26.9	35%	32.6	34%
Total crédits d'impôt provinciaux	39.5	61%	48.3	63%	60.4	64%	49.1	65%	61.9	66%
Part combinée du financement	65.2	100%	76.4	100%	94.5	100%	76.0	100%	94.5	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 44 – Contribution totale des crédits d'impôt aux compagnies de production, langue anglaise (\$ Millions)

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Total crédit d'impôt fédéral	17.4	40%	22.2	37%	27.8	36%	18.6	34%	21.8	32%
Total crédits d'impôt provinciaux	26.6	60%	38.3	63%	49.9	64%	35.9	66%	45.4	68%
Part combinée du financement	44.0	100%	60.5	100%	77.7	100%	54.5	100%	67.2	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

Tableau 45 – Contribution totale des crédits d'impôt aux compagnies de production, langue française (\$ Millions)

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Total crédit d'impôt fédéral	8.2	39%	5.9	37%	6.3	38%	8.3	39%	10.8	40%
Total crédits d'impôt provinciaux	12.9	61%	10.0	63%	10.5	62%	13.3	61%	16.5	60%
Part combinée du financement	21.1	100%	15.9	100%	16.8	100%	21.6	100%	27.3	100%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

4.2 Documentaires de longs métrages, film ou télé

Tableau 46 – Financement de la production documentaire, long métrage de langue anglaise, film ou télé, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%
Télédiffuseur privé canadien	2.1	8.8%	0.7	3.2%	1.4	4.6%	0.4	2.1%	1.2	8.5%
Télédiffuseur public canadien	0.9	3.9%	1.0	4.4%	1.9	6.0%	1.5	7.6%	0.4	2.8%
Crédit d'impôt fédéral	2.0	8.3%	1.6	7.2%	2.6	8.4%	0.9	4.8%	1.4	9.9%
Crédits d'impôt provinciaux	3.7	15.1%	3.3	14.9%	5.2	17.1%	1.9	9.9%	2.5	18.0%
Compagnie de production	1.1	4.6%	1.7	7.5%	2.2	7.1%	0.5	2.7%	0.2	1.4%
Distributeur canadien	2.5	10.2%	2.8	12.6%	1.9	6.0%	0.4	2.1%	3.4	24.6%
Étranger	1.1	4.4%	1.1	4.9%	2.0	6.4%	0.2	1.2%	0.3	2.0%
Fonds des médias du Canada	4.8	19.6%	2.9	13.3%	5.2	16.8%	3.1	16.1%	2.3	16.2%
Autre public*	3.3	13.7%	4.8	21.6%	4.7	15.4%	1.9	9.7%	0.6	4.3%
Autre privé**	2.8	11.4%	2.3	10.2%	3.7	12.1%	1.8	9.2%	1.7	12.3%
Total	24.3	100.0%	22.1	100.0%	30.8	100.0%	19.3	65.2%	13.9	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

4.2 Documentaires de longs métrages, film ou télé

Tableau 47 – Financement de la production documentaire, long métrage de langue française, film ou télé, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	0.2	3.0%	0.1	1.1%	0.0	0.5%	0.1	1.1%	0.4	6.6%
Télédiffuseur public canadien	0.6	10.5%	0.4	6.7%	0.7	9.6%	0.5	5.6%	0.0	0.0%
Crédit d'impôt fédéral	0.4	7.7%	0.4	5.4%	0.4	5.5%	0.8	9.1%	0.5	8.5%
Crédits d'impôt provinciaux	0.9	17.6%	1.3	19.5%	1.3	18.7%	2.6	29.4%	1.4	24.8%
Compagnie de production	0.5	9.1%	0.7	10.2%	0.9	12.8%	0.7	7.7%	0.1	2.5%
Distributeur canadien	0.4	6.6%	0.5	7.7%	0.4	5.2%	2.5	28.6%	1.4	25.8%
Étranger	0.0	0.9%	0.0	0.2%	0.0	0.7%	0.0	0.1%	0.0	0.0%
Fonds des médias du Canada	0.6	10.8%	0.2	2.5%	0.4	6.1%	0.2	2.4%	0.3	4.8%
Autre public*	1.2	23.5%	2.6	38.6%	2.5	36.8%	3.4	39.5%	0.9	16.7%
Autre privé**	0.6	10.4%	0.5	8.1%	0.3	4.1%	0.6	6.3%	0.6	10.3%
Total	5.3	100.0%	6.7	100.0%	6.9	100.0%	8.7	129.7%	5.5	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

4.3 Épisodes et documentaires uniques

Dans l'ensemble, les financements pour les épisodes et documentaires uniques ont baissé entre 2016/17 et 2020/21, chutant de 50,3 M\$ à 30 M\$. La part la plus importante du financement provenait du Fonds des médias du Canada et des crédits d'impôt provinciaux. Durant cette période de cinq années, le financement des télédiffuseurs canadiens a diminué d'environ 70 %.

Tableau 48 – Financement de la production d'épisodes et de documentaires uniques, de langue anglaise, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%	\$M	%
Télédiffuseur privé canadien	6.3	12.6%	5.6	10.0%	4.9	7.9%	4.1	8.2%	1.9	6.2%
Télédiffuseur public canadien	5.8	11.4%	6.9	12.4%	6.4	10.4%	5.3	10.6%	3.4	11.2%
Crédit d'impôt fédéral	4.8	9.6%	5.2	9.4%	6.0	9.8%	4.5	9.0%	2.7	8.8%
Crédits d'impôt provinciaux	9.2	18.3%	8.9	16.0%	9.8	15.9%	8.3	16.5%	5.0	16.5%
Compagnie de production	1.5	2.9%	1.5	2.7%	2.0	3.3%	1.8	3.6%	0.9	2.9%
Distributeur canadien	3.0	6.0%	3.1	5.6%	4.5	7.3%	4.7	9.4%	1.9	6.2%
Étranger	3.2	6.4%	3.3	6.0%	4.3	7.0%	2.9	5.9%	2.2	7.4%
Fonds des médias du Canada	12.1	24.1%	12.3	22.0%	14.8	24.1%	14.5	29.0%	9.0	30.0%
Autre public*	2.3	4.5%	4.1	7.3%	3.7	6.0%	2.5	5.0%	1.8	5.9%
Autre privé**	2.1	4.1%	4.8	8.6%	5.1	8.3%	1.4	2.7%	1.5	4.9%
Total	50.3	100.00%	55.7	100.0%	61.4	100.0%	50.1	100.0%	30.0	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Dans l'ensemble, les financements pour les épisodes et documentaires uniques en langue française ont baissé entre 2016/17 et 2020/2, passant de 18,4 M\$ à 14,9 M\$. Durant

cette période, la portion la plus importante du financement provenait des télédiffuseurs publics canadiens, du Fonds des médias du Canada et des crédits d'impôt provinciaux.

Tableau 49 – Financement de la production d'épisodes et de documentaires uniques, de langue française, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	2.2	11.8%	0.8	5.4%	1.6	10.0%	1.6	13.7%	1.6	10.8%
Télédiffuseur public canadien	3.2	17.5%	3.7	24.8%	3.5	22.7%	2.8	24.0%	3.4	22.9%
Crédit d'impôt fédéral	1.9	10.2%	1.5	9.8%	1.6	10.0%	1.3	10.7%	1.5	10.2%
Crédits d'impôt provinciaux	3.6	19.4%	3.0	20.2%	2.9	18.7%	2.5	21.6%	2.8	18.5%
Compagnie de production	0.7	3.9%	0.5	3.4%	0.5	3.0%	0.4	3.0%	0.5	3.4%
Distributeur canadien	0.1	0.3%	0.0	0.3%	0.2	1.1%	0.1	0.7%	0.0	0.2%
Étranger	0.1	0.7%	0.0	0.0%	0.0	0.1%	0.0	0.0%	0.0	0.1%
Fonds des médias du Canada	4.5	24.4%	3.1	20.4%	3.5	22.2%	2.4	20.4%	3.5	23.4%
Autre public*	1.6	8.7%	1.2	7.8%	1.8	11.2%	0.5	4.1%	1.4	9.2%
Autre privé**	0.6	3.0%	1.2	7.8%	0.2	1.1%	0.2	1.7%	0.2	1.4%
Total	18.4	100.0%	15.1	100.0%	15.6	100.0%	11.8	100.0%	14.9	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Le montant des droits de licence pour les épisodes et documentaires uniques en langue anglaise s'est concentré sur les productions ayant des budgets entre 100 000 \$ et 500 000 \$. La répartition des droits de licence parmi les productions

ayant des budgets inférieurs à 100 000 \$ a diminué entre 2016/17 et 2020/21. Durant cette période de cinq années, un peu plus du quart des droits de licence ont été distribués à des productions dotées de budgets supérieurs à 500 000 \$.

Tableau 50 – Répartition des droits de licence par tranche budgétaire (par heure), d'épisodes et de documentaires uniques en langue anglaise

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	12.2%	11.5%	6.9%	4.4%	8.6%
\$100K-\$249K	23.5%	20.4%	29.2%	27.2%	30.0%
\$250K-\$500K	40.9%	31.9%	33.8%	38.6%	38.6%
>\$500K	23.5%	36.3%	30.0%	29.8%	22.9%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source : BCPAC

n ce qui concerne les épisodes et documentaires uniques et les longs métrages film ou télé en langue française, le montant des droits de licence se concentre sur les productions ayant

des budgets entre 100 000 \$ et 500 000 \$. Les droits de licence pour les productions ayant des budgets inférieurs à 100 000 \$ ont diminué de 4,8 % en 2016/17 à 1,3 % en 2020/21.

Tableau 51 – Répartition des droits de licence par tranche budgétaire (par heure), d'épisodes et de documentaires uniques et de longs métrages (film ou télé) en langue française

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	4.8%	2.0%	6.3%	4.3%	1.3%
\$100K-\$249K	47.3%	62.8%	54.2%	59.0%	68.0%
\$250K-\$500K	42.9%	30.2%	34.9%	22.4%	26.1%
>\$500K	5.0%	5.0%	4.5%	14.3%	4.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source : BCPAC



4.4 Séries documentaires

À l'exception d'une importante baisse en 2019/20, le financement de la production de séries documentaires en langue anglaise a progressé régulièrement entre 2016/17 et 2020/21. Alors que le financement en 2019/20 a chuté à des niveaux d'avant 2017/18, un important rebond en 2020/21 a permis de retrouver un niveau légèrement plus élevé que le montant total d'avant 2017/18.

Durant cette période, les crédits d'impôt provinciaux ont invariablement constitué la plus importante, sinon une des plus importantes sources de financement, avec les contributions significatives des distributeurs canadiens et des télédiffuseurs privés canadiens. Les investissements étrangers ont fluctué, mais d'une manière générale, ont été récemment plus élevés.

Tableau 52 – Financement de la production de séries documentaires, de langue anglaise, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	13.0	12.6%	19.6	13.7%	19.2	10.4%	24.2	19.2%	22.5	11.9%
Télédiffuseur public canadien	7.4	7.2%	11.3	7.9%	9.2	5.0%	4.3	3.4%	13.7	7.2%
Crédit d'impôt fédéral	10.3	10.0%	15.4	10.8%	19.4	10.5%	12.7	10.0%	17.8	9.4%
Crédits d'impôt provinciaux	13.5	13.1%	26.0	18.2%	35.4	19.2%	24.8	19.6%	38.1	20.1%
Compagnie de production	1.5	1.5%	3.2	2.2%	3.0	1.6%	1.6	1.3%	2.3	1.2%
Distributeur canadien	25.9	25.2%	21.9	15.3%	23.9	12.9%	16.3	12.9%	31.2	16.4%
Étranger	8.0	7.7%	19.5	13.6%	42.7	23.1%	19.1	15.1%	34.3	18.1%
Fonds des médias du Canada	13.6	24.4%	18.0	12.6%	20.9	22.2%	2.4	20.4%	3.5	23.4%
Autre public*	5.1	8.7%	3.8	2.6%	4.7	11.2%	0.5	4.1%	1.4	9.2%
Autre privé**	4.7	3.0%	4.2	2.9%	6.6	1.1%	0.2	1.7%	0.2	1.4%
Total	102.8	100.0%	142.8	100.0%	185.0	100.0%	11.8	100.0%	14.9	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

Le financement des productions de séries de langue française a progressé régulièrement depuis 2016/17, avec un bond significatif en 2020/21 et, contrairement aux séries de langue anglaise, n'ont connu aucune baisse en 2019/20. Les

télédiffuseurs privés canadiens ont représenté généralement la plus grande part du financement, avec des contributions notables du Fonds des médias du Canada et des crédits d'impôt provinciaux.

Tableau 53 – Financement de la production de séries documentaires, de langue française, 2016/17 à 2020/21

	2016/17		2017/18		2018/19		2019/20		2020/21	
	\$M	%								
Télédiffuseur privé canadien	16.4	31.6%	4.7	13.5%	8.9	24.2%	18.2	33.8%	27.8	34.5%
Télédiffuseur public canadien	6.2	12.0%	7.6	21.8%	7.0	19.1%	6.8	12.7%	9.6	11.9%
Crédit d'impôt fédéral	5.9	11.4%	4.1	11.7%	4.3	11.8%	6.4	11.8%	8.8	10.9%
Crédits d'impôt provinciaux	8.3	15.9%	5.7	16.2%	6.3	17.1%	8.6	16.0%	12.4	15.4%
Compagnie de production	1.4	2.6%	1.0	2.8%	1.2	3.2%	1.5	2.7%	1.3	1.6%
Distributeur canadien	0.1	0.3%	0.2	0.7%	0.2	0.5%	0.1	0.1%	1.4	1.7%
Étranger	0.0	0.0%	3.7	10.6%	0.1	0.3%	1.3	2.3%	0.0	0.0%
Fonds des médias du Canada	11.7	22.5%	7.3	20.9%	8.2	22.2%	9.7	18.0%	13.7	16.9%
Autre public*	1.0	2.0%	0.4	1.1%	0.2	0.6%	1.0	1.8%	4.6	5.7%
Autre privé**	0.9	1.7%	0.3	0.8%	0.4	1.1%	0.3	0.6%	1.0	1.3%
Total	51.9	100.0%	34.9	100.0%	36.9	100.0%	53.7	100.0%	80.6	100.0%

Source : Nordicity, estimation basée sur les données du BCPAC

* Autre public inclut l'ONF, Téléfilm, les gouvernements provinciaux et autres agences gouvernementales.

** Autre privé inclut les fonds de production indépendants, fonds d'investissement en capital des télédiffuseurs et autres investisseurs privés.

La majorité des droits de licence pour les séries documentaires en langue anglaise se concentre sur les productions ayant des budgets par heure entre 100 000 \$ et 500 000 \$, la plus large part étant attribuable aux productions ayant des budgets horaires entre 100 k\$ et 250 k\$. Les petites productions avec

des budgets horaires inférieurs à 100 k\$ constituaient la plus petite part des droits de licence. La part des droits de licence a chuté entre 2019/20 et 2020/21 pour la totalité de l'éventail des budgets, excepté les budgets entre 100 k\$ et 250 k\$ qui ont augmenté de moitié entre ces deux années.

Tableau 54 – Répartition des droits de licence par tranche budgétaire (par heure), de séries documentaires en langue anglaise

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	9.5%	13.8%	12.8%	10.9%	5.7%
\$100K-\$249K	44.6%	41.3%	39.5%	34.4%	56.3%
\$250K-\$500K	29.7%	28.8%	26.7%	32.8%	27.6%
>\$500K	16.2%	16.3%	20.9%	21.9%	10.3%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source : BCPAC

Tout comme les séries documentaires en langue anglaise, les droits de licence des séries documentaires en langue française ont été majoritairement répartis dans la tranche des budgets horaires entre 100 k\$ et 500 k\$, le plus haut pourcentage étant attribuable aux productions ayant des budgets horaires entre

100 k\$ et 250 k\$. Toutefois, comparé aux productions de langue anglaise, les productions de langue française une plus large part des droits de licence était attribuée aux budgets de plus de 500 000 k\$, et un plus petit pourcentage pour les productions de moins de 100 k\$.

Tableau 55 – Répartition des droits de licence par tranche budgétaire (par heure), de séries documentaires en langue française

	2016/17	2017/18	2018/19	2019/2020	2020/21
<\$100K	5.6%	10.5%	9.3%	3.0%	4.9%
\$100K-\$249K	32.1%	37.7%	37.4%	51.9%	42.2%
\$250K-\$500K	34.9%	30.8%	20.1%	28.2%	24.7%
>\$500K	27.4%	21.0%	33.2%	16.8%	28.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Source : BCPAC

4.5 Constatations sommaires

Les données recueillies par le BCPAC suggèrent qu'entre 2016/17 et 2020/21 la plus importante part du financement provenait des crédits d'impôt provinciaux (196,1 M\$) suivi par le Fonds des médias du Canada (169,1 M\$), les distributeurs canadiens (148,2 M\$) et des sources étrangères (143,5 M\$).

En 2020/21, les crédits d'impôt provinciaux représentaient 20 % du financement total, en augmentation de moins de 15 % par rapport à 2016/17. Les sources étrangères ont également augmenté leur part dans le financement en ayant plus que doublé, passant de 7 % à presque 16 %. Bien que le financement provenant des distributeurs canadiens, des télédiffuseurs canadiens publics et privés, du crédit d'impôt du fédéral et des compagnies de production ait augmenté entre 2016/17 et 2020/21, leur part du financement total a diminué au cours de cette période de cinq ans. De la même manière, même si le Fonds des médias du Canada poursuit un financement conséquent à l'industrie (environ 35 M\$), sa

part au financement total a aussi diminué d'environ 17 % à 13 % entre 2016/17 et 2020/21.

Il est intéressant de constater que malgré les fluctuations entre 2016/17 et 2017/18, le total des financements pour l'ensemble des formats documentaires de langue française affiche une tendance à la hausse, allant de 76,2 M\$ à 101 M\$. Au cours de cette période de 5 ans, la plus large part du financement provenait des télédiffuseurs privés canadiens (21,7 %), suivi par le Fonds des médias du Canada (19 %) et les crédits d'impôt provinciaux (17,2 %). Notons plus particulièrement que pour la production documentaire en langue française, il y a beaucoup moins, pour ne pas dire aucun, financement de la part de sources étrangères et des distributeurs canadiens. Parce que les télédiffuseurs demandent généralement aux productions documentaires de langue française d'avoir un contenu extrêmement local, cela constitue une barrière aux ventes internationales.

5. Les publics des documentaires canadiens

L'audience des documentaires canadiens n'a cessé de croître depuis plusieurs années et a bondi durant la période de confinement de la COVID-19 alors que les gens étaient à la recherche de nouvelles formes de divertissement.

Les parties prenantes ont apporté davantage d'informations contextuelles sur la manière dont les préférences du public et l'audience ont été transformées ces dernières années. Elles ont mentionné un appétit croissant pour les « histoires criminelles réelles » et les dramatiques ou le divertissement d'évasion dont les impacts sont encore ressentis par l'industrie dans le choix des projets. Elles ont aussi signalé une transformation importante du paysage sociopolitique durant les années COVID. La sensibilité et les intérêts des gens ont changé amenant un plus grand niveau d'implication et d'engagement avec des contenus sur la discrimination systémique et autres questions sociales. Les personnes interviewées ont évoqué notamment la reconnaissance raciale canadienne provoquée par le meurtre de Georges Floyd le 25 mai 2020. Tout au long de l'année 2020, les manifestations et l'indignation devant le traitement des personnes noires ou racialisées s'ajoutant à

une colère de longue date sur le traitement des personnes autochtones par le Canada ont conduit à une période de reconnaissance raciale à travers le secteur de l'écran au Canada. De nombreuses organisations différentes, nouvelles ou bien établies, se sont fait les porte-voix des questions d'iniquité et d'injustice. Plusieurs entités ont traversé une période de remise en question de manière à mettre en marche des transformations pour reconnaître le génocide en cours perpétré par le Canada contre les peuples autochtones, le racisme antinoir, la transphobie et l'homophobie, le capacitisme et autres formes de discrimination dans le secteur. Cette démarche a eu un impact sur les sujets abordés dans les productions et sur la manière dont le public a consommé les contenus qui abordaient ces questions.

Les confinements et l'appétit pour de nouveaux contenus ont également amené un public plus international à s'intéresser aux contenus canadiens. L'enthousiasme pour le visionnement en ligne et la diversification des plateformes ont été favorables à cet intérêt renouvelé et ont conduit le secteur documentaire dans ce qu'une personne interviewée a

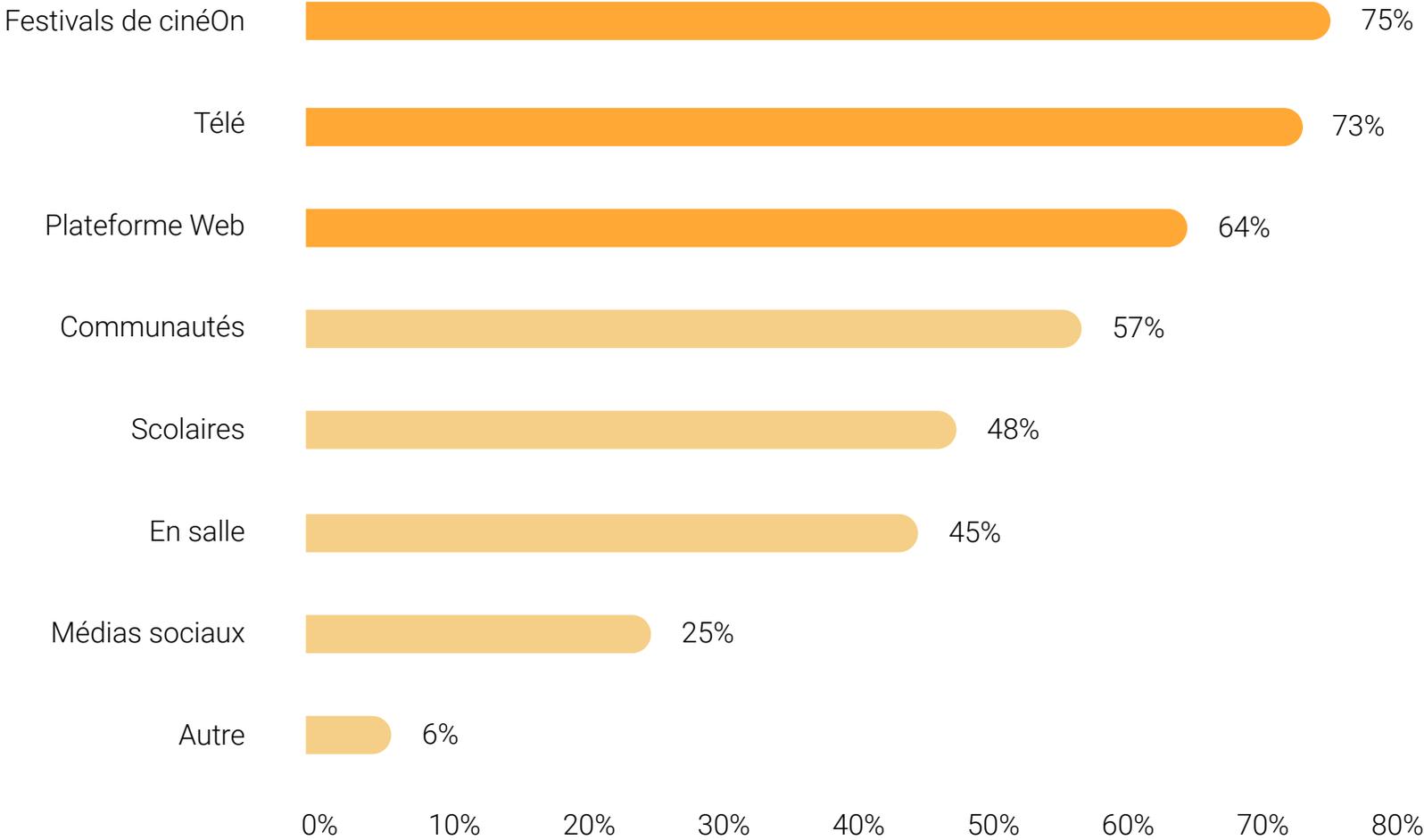


qualifié de « renaissance du genre ». Somme toute, plusieurs producteur.trice.s sont allé jusqu'à dire que d'un point de vue commercial, la pandémie aura été parmi les meilleures années de leur carrière, particulièrement pour celles et ceux qui ont pu accéder au financement du FMC ou au PCU (Prestation canadienne d'urgence). Il est intéressant de noter qu'en 2021, après que plusieurs restrictions liées à la pandémie eurent été levées, les niveaux d'audience étaient toujours beaucoup plus élevés qu'en 2019.

Le public canadien regarde les documentaires sur une variété de plateformes. En se basant sur les résultats du sondage, les médiums les plus populaires sur lesquels les participants montrent leurs documentaires incluent les festivals de films

(75 %), la télévision (73 %), les plateformes de visionnement en ligne (64 %) et les projections communautaires (57 %). Les autres endroits où leurs films ont été montrés comprennent les sites Web des médias, et d'autres ont indiqué que leur film n'avait pas encore été projeté publiquement. De plus, soulignons que 81 % des films documentaires ont été montrés à plus d'un endroit ou plus d'une plateforme. Les combinaisons de programmation les plus courantes sont une diffusion à la télévision et sur les plateformes de diffusion en ligne ; la télé, les plateformes et le milieu scolaire ; la télé, les plateformes, le milieu scolaire et les projections communautaires ; et la télé, les plateformes, le milieu scolaire, les projections communautaires et les festivals de cinéma.

Tableau 56 – Où votre film a-t-il été montré ? n=143



Source : DOC, sondage Toute la vérité 7

5.1 Cotes d'écoute à la télévision

Selon les données fournies par le CRTC, les Canadiens passent un nombre d'heures important à regarder des documentaires canadiens de longs métrages à la télévision, particulièrement dans le marché de langue anglaise. En 2018, les Canadiens ont regardé 10,5 millions d'heures de « documentaires de longue durée » de langue anglaise¹³ et 3,3 millions d'heures de longs métrages de langue française.

Par contraste, en 2018 les Canadiens ont regardé 28,8 millions d'heure de fictions et de comédies canadiennes en langue anglaise, progressant jusqu'à 29,0 millions d'heures en 2021 pour seulement 18,7 millions d'heures de fictions et comédies canadiennes en langue française, chutant à 17,4 millions d'heures en 2021.

13 « Documentaires de longue durée » est une désignation spécifique eu CRTC qui réfère à des documentaires d'une durée de 22 minutes ou plus, et donc inclut la majorité des documentaires couverts par les données de cette étude (i.e., séries, épisodes et documentaires uniques, et longs métrages).

Tableau 57 – Moyenne hebdomadaire d’heures d’écoute (millions) de longs métrages documentaires canadiens sur la télévision canadienne, sur les marchés en langue anglaise et française, 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Anglais	10.5	10.5	11.6	11.2
Français	3.3	3.7	5.7	5.1

Source : Numeris et FMC

Durant les cinq dernières années fiscales, les documentaires canadiens se sont maintenus en termes de part d’audience documentaire à la télévision de langue anglaise au Canada. Les documentaires canadiens comptaient pour environ la moitié d’une journée pleine d’heures de visionnement¹⁴, bien que ce pourcentage se soit légèrement affaïssé dans les dernières années à seulement 45 % en 2020/21. Le pourcentage de ces productions qui ont été financées par le FMC a également décliné de 23 % en 2016/17 à 17 % en 2020/21. Durant cette même période, les films qui n’ont pas été financés par le FMC sont demeurés passablement stables.

Bien que les chiffres concernant l’audience des documentaires canadiens durant la période d’heure de pointe soient semblables, le déclin 2020/21 est plus prononcé, chutant à 39 % du total de l’audience. Contrairement à plus d’une journée pleine de visionnement, la baisse importante durant les heures de pointe semble principalement attribuable à la baisse des projets qui ne sont pas financés par le FMC, bien que cette corrélation soit peut-être sans incidence.

¹⁴ “Full-day viewing hours” refers to viewing over a 24 hour period, and is used as a metric in contrast with “peak viewing hours”, which are 7-11 pm.

Tableau 58 – Part d’une journée pleine de visionnement de documentaires sur la télévision de langue anglaise au Canada de 2016/17 à 2020/21

	Documentaires financés FMC	Autres documentaires canadiens	Total des documentaires canadiens	Documentaires étrangers
2016/17	23%	29%	52%	48%
2017/18	22%	31%	53%	47%
2018/19	23%	31%	54%	46%
2019/20	19%	31%	50%	50%
2020/21	17%	28%	45%	55%

Source : Numeris et FMC

Tableau 59 – Part de visionnement de documentaires en période d’heure de pointe sur la télévision de langue anglaise au Canada de 2016/17 à 2020/21

	Documentaires financés FMC	Autres documentaires canadiens	Total des documentaires canadiens	Documentaires étrangers
2016/17	25%	27%	52%	48%
2017/18	21%	26%	47%	53%
2018/19	24%	24%	48%	52%
2019/20	21%	25%	46%	54%
2020/21	20%	19%	39%	61%

Source : Numeris et FMC



Considérant les documentaires diffusés à la télévision sur une journée pleine, la répartition de l'audience dans le marché de langue française est particulièrement différente de celle du marché de langue anglaise. Les Canadiens qui regardent des documentaires en langue française sont bien plus enclins à regarder des contenus canadiens, avec une part du temps de visionnement de documentaires de langue française entre 73 % et 80 % pour la période 2016/17 et 2020/21, attribuable aux productions canadiennes.

Il est intéressant de constater que la majorité des documentaires canadiens visionnés sur les télévisions de langue française n'étaient pas financés par le FMC, ceux financés par le FMC ne représentant qu'environ un tiers ou moins des parts totales du visionnement de documentaires canadiens. On peut toutefois noter que la part du visionnement des documentaires financés par le FMC augmente régulièrement avec le temps. Par contre, si l'on compare avec la décennie passée, en 2012/13 quand les projets financés par le FMC ne représentaient que 9 % des visionnements de documentaires, comparé à 68 % des films qui n'étaient pas financés par le FMC, on peut constater aujourd'hui une tendance à la hausse qui atténue cette disparité.

La répartition de l'audience pour les heures de pointe était très semblable aux statistiques pour les journées pleines, bien que les documentaires financés par le FMC soient légèrement plus représentés, comparés aux autres documentaires canadiens.



Tableau 60 – Part d’une journée pleine de visionnement de documentaires sur la télévision de langue française au Canada de 2016/17 à 2020/21

	Documentaires financés FMC	Autres documentaires canadiens	Total des documentaires canadiens	Documentaires étrangers
2016/17	20%	53%	73%	27%
2017/18	21%	56%	77%	23%
2018/19	23%	55%	78%	22%
2019/20	26%	54%	80%	20%
2020/21	27%	49%	76%	25%

Source : Numeris et FMC

Tableau 61 – Part de visionnement de documentaires en heures de pointe sur la télévision de langue française au Canada de 2016/17 à 2020/21

	Documentaires financés FMC	Autres documentaires canadiens	Total des documentaires canadiens	Documentaires étrangers
2016/17	21%	53%	74%	26%
2017/18	24%	52%	76%	24%
2018/19	26%	51%	77%	23%
2019/20	33%	48%	81%	19%
2020/21	30%	49%	79%	21%

Source : Numeris et FMC

5.2 Le public en salles

Les documentaires canadiens ont plutôt fait bonne figure au box-office en 2022 malgré une forte compétition de films du monde entier, plus particulièrement des États-Unis et de la France. Quatre documentaires canadiens ont fait partie des dix meilleurs résultats pour des documentaires sortis en salle au Canada, en troisième, quatrième, neuvième et dixième

place. Toutefois, un seul de ces quatre films était en langue originale anglaise (*Fire of Love*) et sorti dans deux versions, anglaise et française. Deux des autres films étaient en français seulement et le quatrième en mandarin, ce qui démontre que les documentaires qui ne sont pas en anglais semblent avoir davantage de succès que ceux en langue anglaise.



Tableau 62 – 10 meilleurs résultats de documentaires sortis en salle au Canada 2022

Rang	Titre	Pays	Langue originale
1	Moonage Daydream	Allemagne – É.- U.	Anglais
2	Hallelujah : Les mots de Leonard Cohen	É. - U.	Anglais
3	Je vous salue salope : la misogynie au temps du numérique	Canada	Français
4	Fire of Love	Canada	Anglais - Français
5	La panthère des neiges	France	Français
6	Ennio (The Glance of Music)	Italie – Belgique – Pays-Bas – Japon – Chine – Allemagne	Anglais - Italien
7	Jane par Charlotte	France	Français
8	Neil Young : Harvest Time	É. - U.	Anglais
9	Gabor	Canada	Français
10	Printemps Éternel	Canada	Mandarin

Source: MTAC

Les succès des documentaires canadiens dans une autre langue que l'anglais est encore plus visible au regard de la liste des meilleurs résultats documentaires canadiens sortis en salle au Canada en 2022. Alors que la moitié des dix meilleurs résultats étaient en anglais, deux de ceux-ci étaient des productions en anglais et en français et les trois films

qui étaient exclusivement en anglais se retrouvaient parmi les quatre derniers en fin de liste. Cela vient corroborer l'idée que le public canadien semble avoir une préférence pour les documentaires non anglais. Cela est peut-être dû en partie au fait que ces films sont conçus davantage à destination d'un public cible des communautés de minorités linguistiques.

Tableau 63 – 10 meilleurs résultats de documentaires canadiens sortis en salle au Canada 2022

Rang	Titre	Pays	Langue originale
1	Je vous salue salope : la misogynie au temps du numérique	Canada	Français
2	Fire of Love	Canada	Anglais - Français
3	Gabor	Canada	Français
4	Eternal Spring	Canada	Mandarin
5	L'ordre secret	Canada	Français
6	Les dernières baleines franches	Canada	Anglais - Français
7	Revival69 The Concert that Rocked the World	Canada	Anglais
8	Humus	Canada	Français
9	The Long Rider	Canada	Anglais
10	Flight of the Butterflies	Canada	Anglais

Source: MTAC

Avec seulement 3 productions, le Canada a été moins bien représenté en 2021 qu'en 2022 dans la liste des dix meilleurs résultats de documentaires sortis en salle au Canada. Le box-office de cette année a été largement dominé par les productions étatsuniennes comprenant deux documentaires

indépendants et deux coproductions. Encore une fois, les documentaires canadiens étaient tous soit en français ou en français et en anglais ce qui reflète une préférence pour les productions canadiennes en langue française.

Figure 64 – 10 meilleurs résultats de documentaires sortis en salle au Canada 2021

Rang	Titre	Pays	Langue originale
1	Roadrunner: A Film About Anthony Bourdain	États-Unis	Anglais
2	La parfaite victime	Canada	Français
3	Comme une vague	Canada	Anglais – Français
4	Summer of Soul (...Ou, quand la révolution ne pouvait pas être télévisée)	É. - U.	Anglais
5	La grotte	R.-U. – É. - U.	Anglais
6	Chasseurs de truffes	Italie, Grèce, É. - U.	Italien
7	The Hidden Life of the Trees	Allemagne	Allemand – Coréen – Anglais – Polonais
8	Hold-Up : retour sur un chaos	France	Français
9	Blackpink : Le film	Corée du Sud	Coréen
10	Les fils	Canada	Français

Source: MTAC

Encore davantage en 2021 qu'en 2022, les productions en français ont dominé la liste des meilleurs résultats des films documentaires canadiens sortis en salle au Canada. Quatre des cinq meilleurs résultats étaient détenus par des

productions en français seulement et une était à la fois en français et en anglais. Des dix meilleurs résultats, seulement deux étaient en anglais

Tableau 65 – 10 meilleurs résultats de documentaires canadiens sortis en salle au Canada 2021

Rang	Titre	Pays	Langue originale
1	La parfaite victime	Canada	Français
2	Comme une vague	Canada	Anglais - Français
3	Les fils	Canada	Français
4	Le dernier Nataq	Canada	Français
5	Prière pour une mitaine perdue	Canada	Français
6	Florian's Knights	Canada	Anglais
7	Kimmapiiyipitssini : la voie de l'empathie	Canada	Anglais
8	Ainsi soient-elles	Canada	Français
9	Seuls	Canada	Français - Anglais
10	L'histoire interdite	Canada	Français - Anglais

Source: MTAC

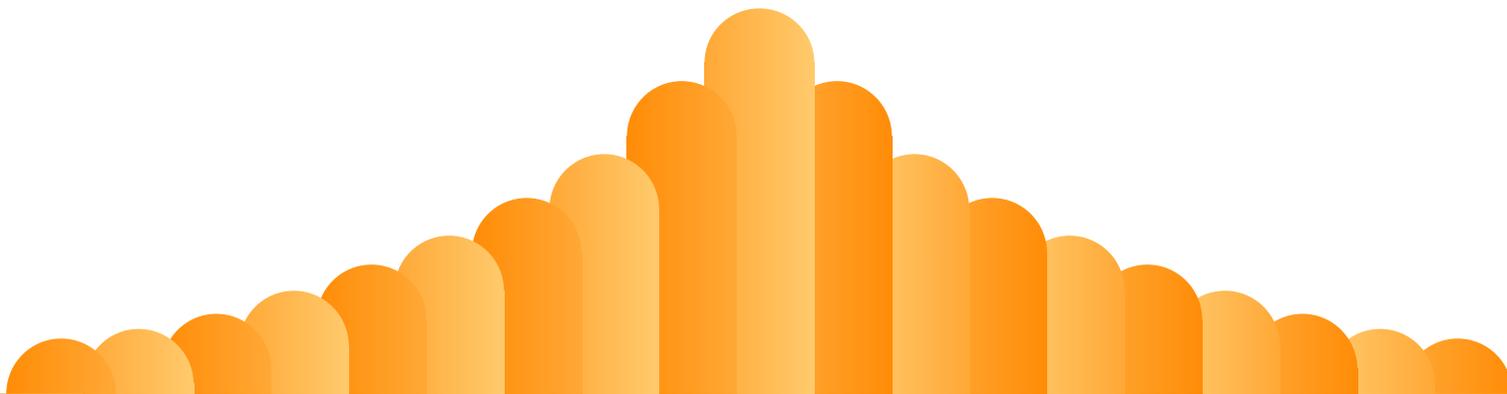
5.3 Constatations sommaires

Au Canada et à l'international, l'audience des documentaires canadiens a fortement augmenté durant les confinements provoqués par la pandémie de COVID-19. Les spectateurs se sont intéressés davantage aux émissions de télé-réalité criminelles, aux productions d'évasion et aux documentaires soulevant des questions d'ordre social.

Les productions documentaires pour la télévision de langue anglaise et de langue française ont atteint un sommet de la moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire en 2020, mais les baisses minimales en 2021 indiquent que cette tendance se poursuivra probablement. Les documentaires canadiens représentent près de la moitié des heures de visionnements de documentaires de langue anglaise à la télévision, par opposition aux documentaires étrangers, mais ce pourcentage

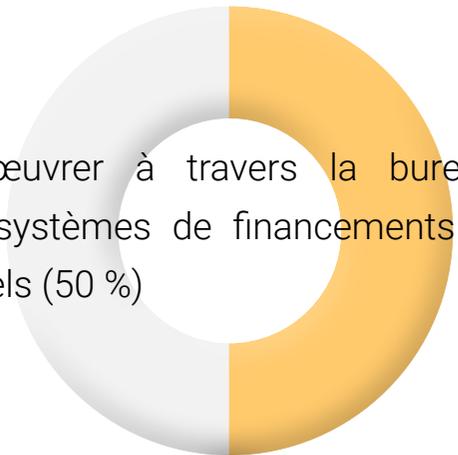
est actuellement en faible baisse, plus particulièrement pour les visionnements en heures de pointe. Par contre, le marché télévisuel du documentaire de langue française est très largement dominé par les productions canadiennes qui représentent près du trois quarts des heures d'écoute et aucune tendance à la baisse.

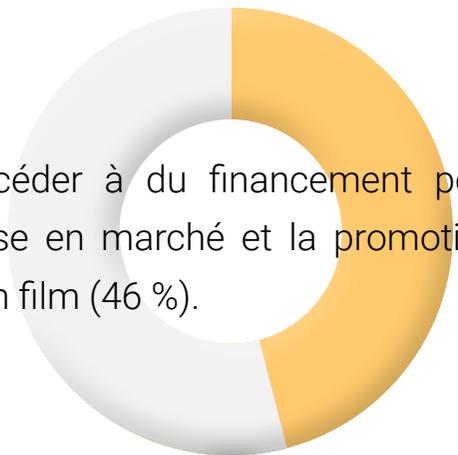
En 2022, les documentaires canadiens ont fait bonne figure au box-office au Canada malgré une forte compétition internationale. En 2022, les documentaires canadiens de langue française ou multilingues ont eu nettement plus de succès que les documentaires uniquement en langue anglaise. 2022 a également été une meilleure année que 2021, en espérant que cela indique une tendance à la hausse.

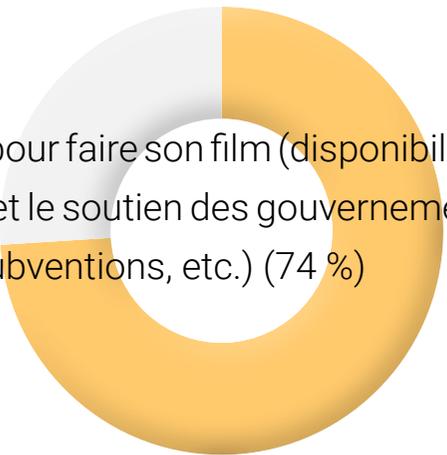


6. Créer des documentaires au Canada – Tendances clés, défis majeurs et possibilités

Cette section présente un résumé des principaux résultats clés du sondage et des entrevues avec les parties prenantes. Les créatrices et les créateurs de documentaires affrontent continuellement toute une gamme de défis dans l'industrie. Ceux qui sont rencontrés le plus souvent sont :

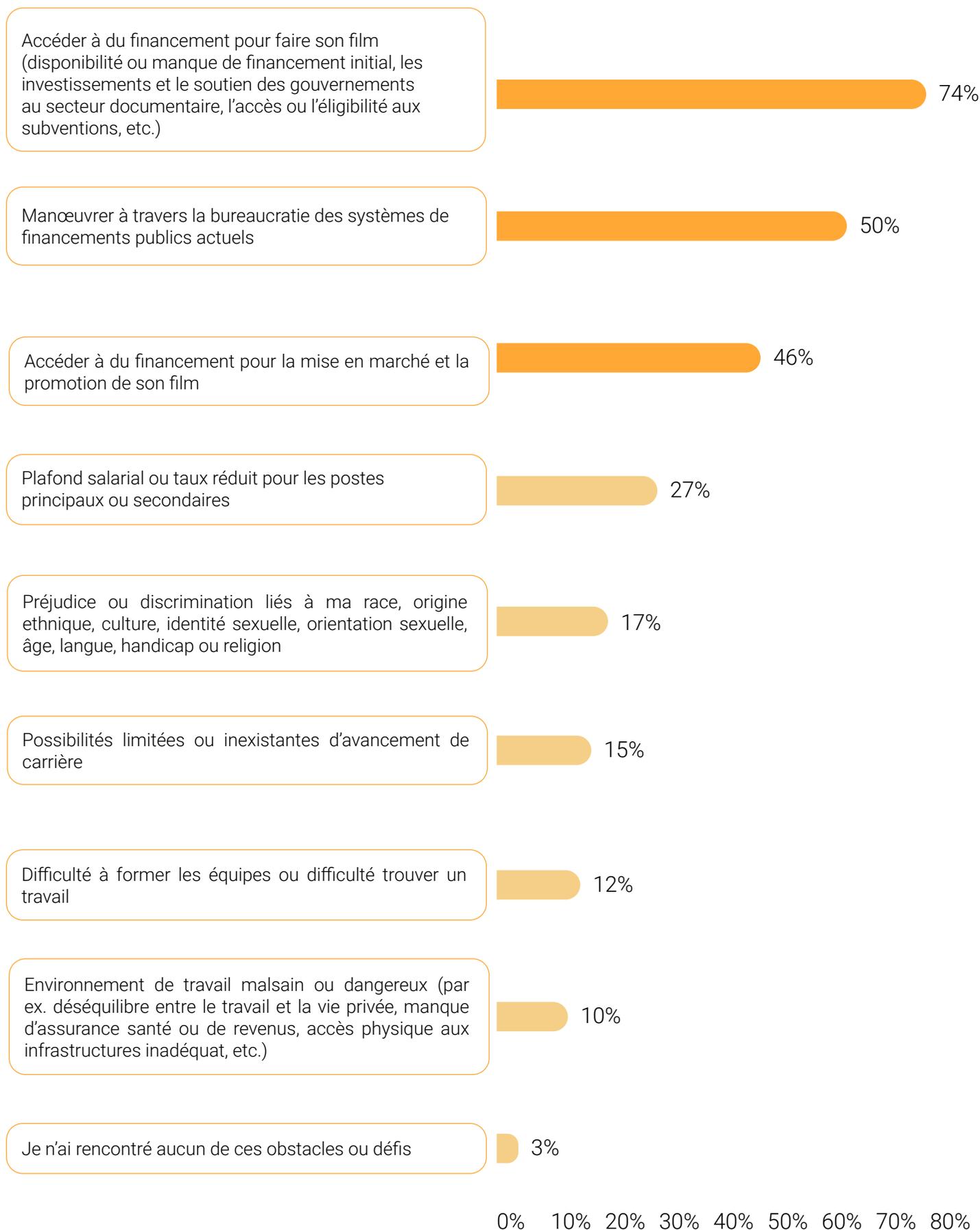
- 
- Manœuvrer à travers la bureaucratie des systèmes de financements publics actuels (50 %)

- 
- Accéder à du financement pour la mise en marché et la promotion de son film (46 %).

- 
- Accéder à du financement pour faire son film (disponibilité ou manque de financement initial, les investissements et le soutien des gouvernements au secteur documentaire, l'accès ou l'éligibilité aux subventions, etc.) (74 %)

Le sondage nous a également révélé quelques stratégies utilisées par les documentaristes pour surmonter ces défis (décrites au Tableau 67).

Tableau 66 – Pour une année type non COVID, quelles sont d’après vous les 3 principaux obstacles ou défis que vous avez rencontré en tant que créateur.trice de documentaire ? n=142



Source : DOC, sondage Toute la vérité 7

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Accéder à un financement pour faire votre film (par ex. disponibilité ou manque de financement de démarrage, l'ensemble du financement public ou soutien gouvernemental au secteur documentaire, l'accès ou l'éligibilité à des bourses, etc.)

Le *Tableau 67* expose les stratégies utilisées par les documentaristes pour surmonter les obstacles rencontrés lors de leurs demandes de financement public.

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Persévérer dans les applications pour le financement, les bourses et les crédits d'impôt
- Garantir le financement international et des coproductions
- Explorer des sources de financement alternatif, privées ou novatrices, ou des partenariats intersectoriels
- Participer à des programmes de mentorat et des incubateurs
- Utiliser des approches créatives, dont minimiser les budgets, travailler gratuitement, utiliser de la pellicule trouvée pour votre démo
- Faire de la représentation et développer des relations avec des décideurs et décideuses
- Prioriser la clientèle d'entreprise et les investissements privés
- Rechercher des opportunités de perfectionnement et de représentation de communautés sous-représentées
- Faire du financement participatif et de l'autofinancement
- Embaucher des experts comme des équipes de relations d'affaires ou faire un partenariat avec des producteur.trice.s d'expérience et d'anciennes société de productions
- Participer aux festivals et conférences

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Se frayer un chemin à travers la bureaucratie des systèmes publics officiels de financement

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Siéger à des conseils d'administration, dans des jurys, s'impliquer dans les projets des autres pour parfaire ses connaissances

- Promouvoir l'accès plus facile à des financements et des transformations du système

- Concentrer ses efforts sur un seul projet plutôt que de partager son énergie sur plusieurs

- Faire de l'autofinancement ou avoir recours à des fonds privés pour la production

- Tenir ses réunions en personne et augmenter les efforts de réseautage

- Participer à des conférences pour demeurer en phase avec les développements de l'industrie

- Obtenir des conseils de télédiffuseurs et de personnes ayant une bonne expérience des questions de financement

- Mettre en place un système pour rationaliser les processus d'embauche et de gestion

- Réduire le volume des opérations et rechercher des financements privés

- Augmenter la recherche et les consultations avec des mentors et vos pairs

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Se frayer un chemin à travers la bureaucratie des systèmes publics officiels de financement

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Engager un.e responsable de production à temps plein ou des compagnies de gestions pour se frayer un chemin à travers la bureaucratie
- Étudier les principes directeurs, tenir un agenda des dates de tombées pour les financements et poser des questions aux organismes financeurs
- Contacter directement les organismes de financement pour clarifier tout doute et aborder les problèmes
- Engager des coproducteur.trice.s ou obtenir du mentorat de producteur.trice.s expérimenté.e.s
- Éviter de se fier à certaines sources de financement si possible
- Prendre conseil auprès de personnes ayant obtenu leur financement
- Utiliser moins de sources de financement pour un projet unique pour réduire la bureaucratie
- Utiliser du financement corporatif ou individuel plutôt que du financement public
- Avoiding reliance on certain funding bodies when possible.

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Accéder à un financement pour la mise en marché ou la promotion de votre film

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Rechercher des sources de financement international
- Utiliser l'autopromotion, distribution et financement
- Mettre en place des partenariats intersectoriels
- Mettre en place des partenariats communautaires pour compenser les coûts
- Utiliser les médias sociaux et développer votre marque personnelle
- Autofinancer la participation aux festivals et marchés
- Rechercher des bourses régionales pour la promotion de produits canadiens et la présence à des marchés
- Utiliser des stratégies comme employer des étudiant.e.s pour le rayonnement, l'autofinancement et utiliser les paiements différés



Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Plafonnement des salaires
ou tarifs bas pour les postes
créatifs et techniques

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Prendre en charge plusieurs postes sur un projet

- Porter plusieurs chapeaux pour augmenter ses revenus

- S'autofinancer pour préserver le fonctionnement opérationnel et payer les équipes

- Travailler avec des débutant.e.s et des créateur.trice.s non-syndiqué.e.s pour des salaires plus bas

- Créer des postes budgétaires pour augmenter les revenus personnels

- Accepter une charge de travail additionnelle

- Diversifier les sources de revenus incluant occuper un emploi alternatif ou faire du montage pour d'autres productions

- Négocier pour de meilleurs tarifs

Figure 67 - Please describe some of the strategies you have used to help overcome these barriers/challenges? n=109

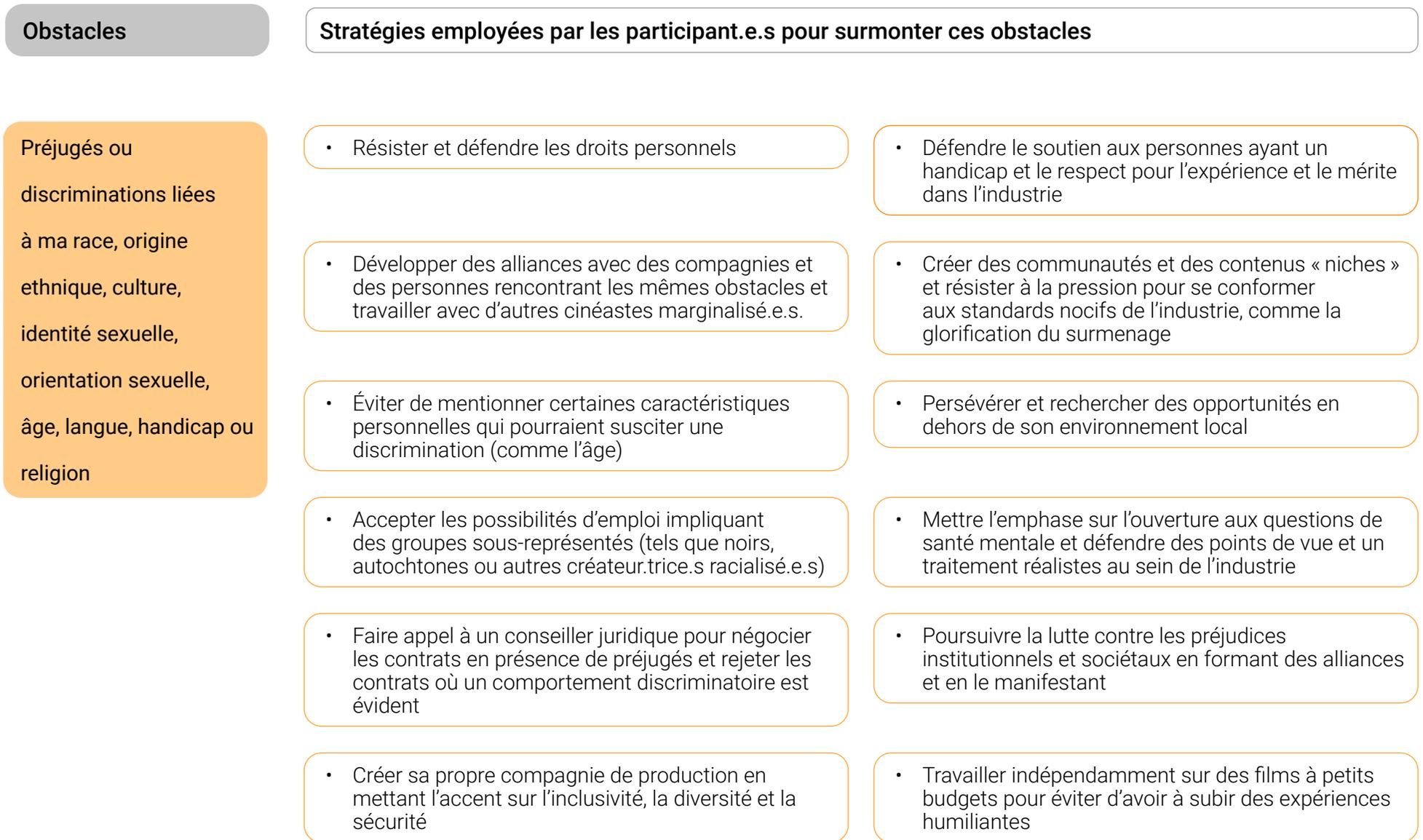


Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles	Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles	
Possibilités d'avancement de carrière limitées ou inexistantes	<ul style="list-style-type: none">• Créer ses propres projets et s'engager soi-même	<ul style="list-style-type: none">• Augmenter le réseautage et s'inscrire à des programmes de perfectionnement
	<ul style="list-style-type: none">• Avoir un revenu par un métier structuré, comme faire la prise de son sur les documentaires d'autres personnes	<ul style="list-style-type: none">• Rechercher la reconnaissance par des prix ou quelqu'un qui prendra intérêt à votre travail
	<ul style="list-style-type: none">• Demeurer à jour avec les tendances de l'industrie et des partenariats avec d'autres cinéastes	<ul style="list-style-type: none">• Conduire des entrevues instructives pour connaître différentes opportunités
	<ul style="list-style-type: none">• Chercher activement de nouvelles opportunités et refuser d'être cantonné à un seul rôle	<ul style="list-style-type: none">• Réseauter, faire son autopromotion en ligne et participer à des sessions de perfectionnement professionnel
	<ul style="list-style-type: none">• Oser aller vers différents secteurs	

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles

Difficulté à doter les postes /
difficulté à trouver du travail

Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles

- Utiliser la capacité de travail d'étudiant.e.s et faire soi-même certaines tâches

- Augmenter les salaires pour compétitionner avec d'autres projets

- Encourager les contractants à transmettre leurs compétences et faciliter les formations

- Consulter des enseignants de cinéma pour des recommandations d'étudiants

- Construire son réseau et utiliser les médias sociaux pour les annonces d'emploi

- Envisager des emplois alternatifs pour soutenir vos films

- Ralentir la production à cause des contraintes budgétaires

Tableau 67 – Merci de décrire certaines des stratégies que vous avez utilisées pour surmonter ces obstacles et défis ? n=109

Obstacles	Stratégies employées par les participant.e.s pour surmonter ces obstacles	
Environnement de travail malsain ou dangereux (par ex. déséquilibre entre le travail et la vie privée, manque d'assurance santé ou de revenus, accès physique inadéquat aux infrastructures, etc.)	<ul style="list-style-type: none">• Équilibrer un emploi de jour et la production documentaire pour une stabilité financière	<ul style="list-style-type: none">• Insister pour des horaires de travail raisonnables et une meilleure négociation des délais
	<ul style="list-style-type: none">• Adhérer à un syndicat et être rigoureux pour la sélection des partenaires d'affaire et la rédaction des contrats	<ul style="list-style-type: none">• Prendre le temps nécessaire pour le bien de sa santé mentale, malgré la perte potentielle de possibilités de contrats ou de revenus
	<ul style="list-style-type: none">• Rechercher un soutien psychologique et éviter les conversations professionnelles en dehors des heures de travail	<ul style="list-style-type: none">• Personnaliser les ateliers pour les campagnes d'impact et prévoir un soutien sur le plateau d'un réseau diversifié et inclusif de professionnel.le.s qui tiennent compte des traumatismes subis
	<ul style="list-style-type: none">• Prioriser la gestion du temps et la délégation des tâches	

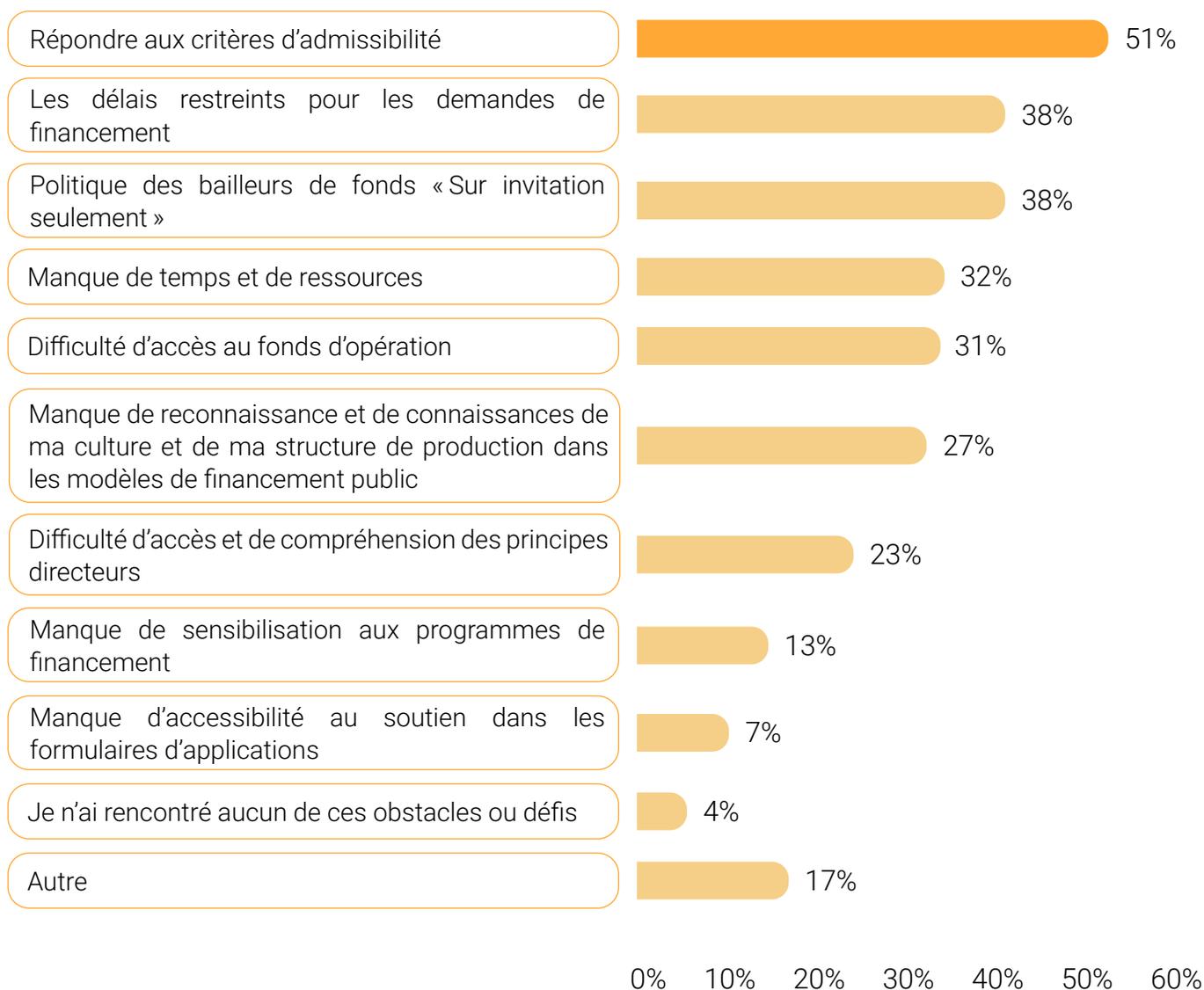
Par le sondage et les entrevues, créatrices et créateurs de documentaires ont eu la possibilité de partager et de développer à propos de leurs expériences dans l'industrie. Voir plus bas pour un résumé des principales constatations.

L'accès au financement

Lorsqu'on demande aux répondant.e.s au sondage quels sont les défis particuliers liés au financement public, 51 % ont cité répondre aux critères d'admissibilité au moment de solliciter un financement.

Ajoutons que plus du tiers ont des difficultés pour les délais restreints pour les demandes de financement (38 %) et la politique des bailleurs de fonds « Sur invitation seulement » (38 %).

Figure 68 - Which (if any) of the following would you say are barriers you face when applying for public funding? n=104



Source : Recherche Nordicity

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%

Les participant.e.s au sondage ont également signalé d'autres défis rencontrés au moment de leur demande de fonds publics tels que :

Soutien et accès au financement :

La perception des documentaristes est qu'il n'y a pas suffisamment de financement à tous les niveaux. Plus particulièrement, les parties prenantes ont noté un manque de soutien en développement pour les cinéastes établi.e.s tout comme pour la mise en marché et la production d'impact. De plus, accéder au financement est perçu comme très difficile, particulièrement à cause de l'exigence d'avoir un télédiffuseur impliqué dès le début du processus. Malheureusement, dans le cas de participant.e.s ayant sollicité un financement intérimaire pour leur projet, la plupart se sont vus refuser l'accès à ce prêt. (52 %)

Impact sur la carrière:

Les changements de priorités et de pratiques de financement ont provoqué des difficultés dans la carrière de certain.e.s cinéastes. L'impossibilité d'assurer le financement de projets a entraîné des ennuis financiers et des incertitudes sur la carrière, poussant certain.e.s à envisager de quitter l'industrie.

Le calendrier et la connaissance des possibilités de financement :

Le calendrier des subventions et une mauvaise connaissance des dates limites de dépôt représentent des embûches pour l'accès au financement. Il est souligné que très souvent, les cycles du financement ne coïncident pas avec le calendrier du projet, ce qui entraîne des complications dans le processus de production.

Disparités régionales et représentation linguistique:

À cause de la concentration des partenariats à Toronto et Montréal, les répondant.e.s perçoivent des préjugés régionaux dans la répartition des financements. Il y a également un manque de possibilités pour les documentaires en langue française au Canada. Par exemple, les participant.e.s ont cité le manque de créneaux parmi les télédiffuseurs pour les documentaires en langue française. Les répondant.e.s ont toutefois souligné une plus grande reconnaissance du Nord et un intérêt dans la représentation régionale.

Le rôle des télédiffuseurs:

Les télédiffuseurs sont perçus comme des gardiens contrôlant l'accès à la plus grande partie du financement et influençant la nature des projets qui sont acceptés. Ils sont considérés comme excessivement prudents dans leurs choix, ce qui provoque une perception de la télévision canadienne comme manquant d'ambition, de vision et de diversité.

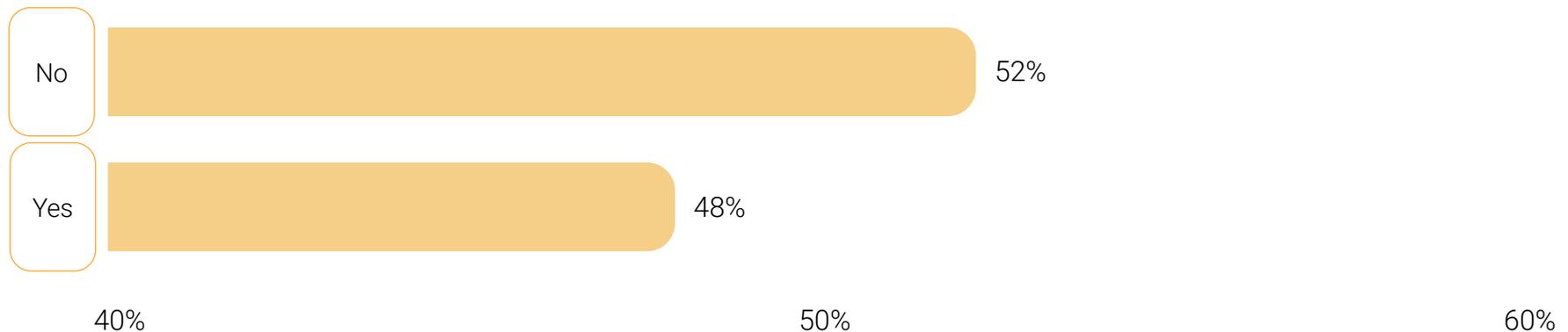
Risques financiers et lacunes de connaissances :

Personal financial risk is a significant concern. The ability to finance projects during development or interim periods poses a significant challenge. There's also a perceived lack of training for creators in business affairs, and navigating tax credits and financing within the public system.

L'influence des préjugés culturels et de l'âgisme:

There's a perceived lack of diversity among those who greenlight productions, causing potential cultural biases. Ageism is also seen as a barrier in the industry.

Tableau 69 – Si vous recherchez du financement intérimaire, pouvez-vous accéder au prêt dont vous avez besoin pour financer votre projet ? n=108

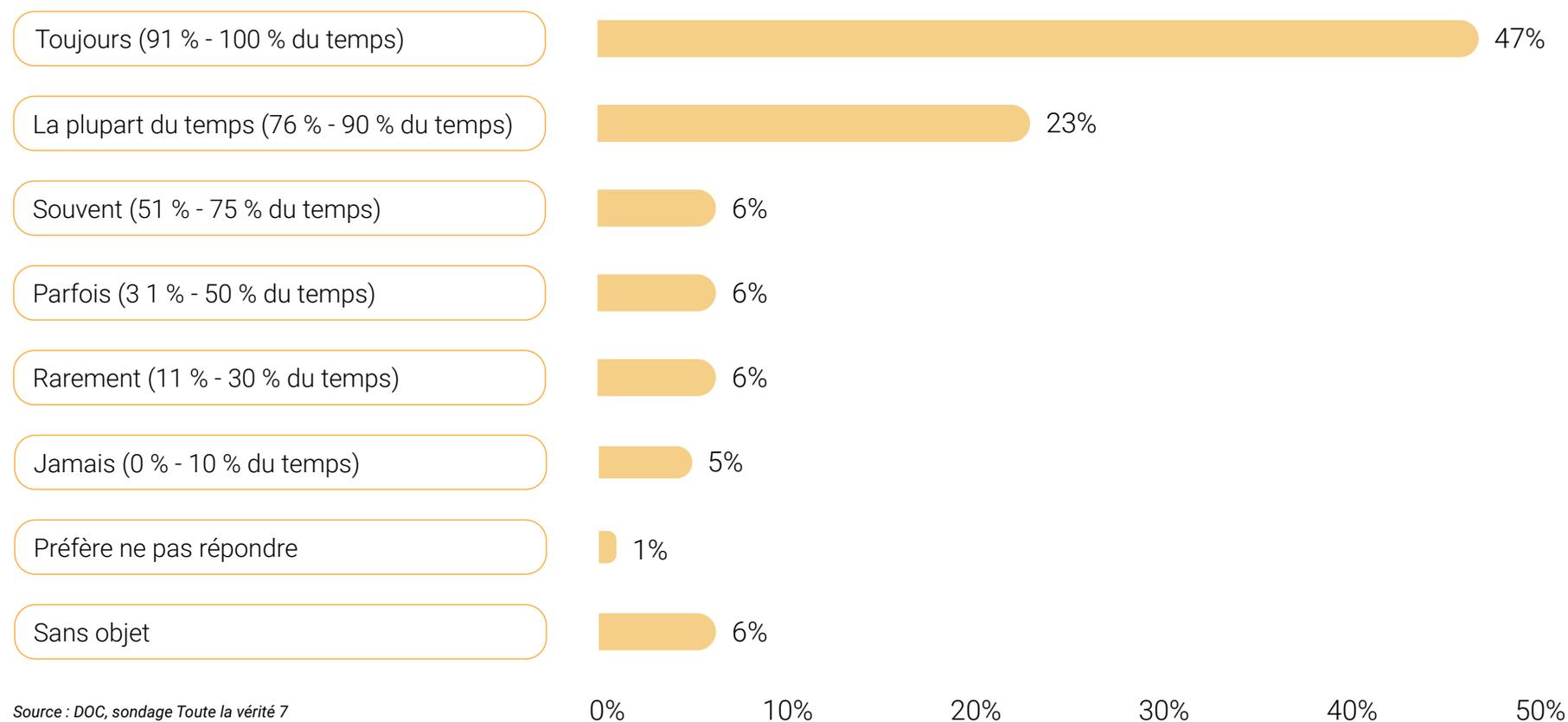


Source : DOC, sondage *Toute la vérité 7*

Conservation de la propriété intellectuelle (PI)

70 % des répondant.e.s au sondage conservent leurs droits de propriété intellectuelle (PI) pour leurs projets presque toujours ou toujours (76 % - 100 % du temps).

Tableau 70 – Généralement, à quelle fréquence conservez-vous les droits de propriété intellectuelle (PI) des projets que vous initiez ? n=143



Pour les répondant.e.s qui ne conservent que rarement ou jamais leurs droits PI (11 %), les obstacles suivants ont été évoqués :

Compensation inadéquate versus conservation des droits PI:

La notion de droits de la propriété intellectuelle (PI) est considérée comme un luxe par certain.e.s cinéastes, particulièrement celles et ceux qui luttent pour être adéquatement rémunéré.e.s pour leur temps et leurs efforts. Leur objectif tend plutôt à assurer un salaire équitable pour leur travail que de négocier pour les droits de PI.

Iniquité raciale:

Une répondant.e a souligné l'iniquité raciale dans le secteur documentaire en citant en exemple le fait de devoir céder ses droits PI à une compagnie blanche pour avoir accès au financement. D'autres ont exprimé de l'incertitude à obtenir des financements de projets sans avoir de partenariat avec des organismes blancs. Les entrevues ont révélé que ce problème subsiste même pour des documentaires qui cherchent à montrer des histoires de la diversité.

Céder obligatoirement ses droits PI pour du financement:

Certain.e.s répondant.e.s ont noté que pour recevoir un financement implique souvent de céder ses droits PI à l'organisme bailleur de fonds ou de partager leur PI avec une autre compagnie de production.

Connaissance limitée de droits de PI:

Les lacunes dans la connaissance des lois et règlements concernant la propriété intellectuelle peuvent empêcher les créatrices et créateurs de négocier et de conserver leurs droits de PI.

Confiance limitée et partenariat:

Un partenariat robuste et basé sur la confiance avec un.e producteur.trice peut avoir une influence sur la volonté du cinéaste à céder ses droits de PI. Les réalisateur.trice.s qui ont confiance en leur producteur.trice sont plus susceptibles de céder leurs droits PI et de se concentrer sur les aspects créatifs du projet..

For participants who rarely or never retain their IP rights (11%), the following barriers were noted: - cont.

Les arrangements de travail à la commande et le manque de crédit:

Certain.e.s cinéastes ont effectué du travail à la commande et n'ont pu conserver aucun droit de PI ni recevoir aucun crédit pour la part créative de leur travail.

Politiques des compagnies:

Pour certain.e.s, la politique des compagnies ou encore les accords de production exigent que le producteur.trice ou la compagnie de production retiennent les droits de PI. Cela implique un problème structurel où les politiques des grands groupes ou des compagnies de production empêchent automatiquement les créateur.trice.s de conserver leurs droits de PI.

Propriété et clarification des rôles:

La propriété d'un projet est perçue comme quelque chose d'important et revient souvent à la créatrice ou au créateur principal.e. Il existe des cas où les réalisateur.trice.s sont les créateur.trice.s originaux et les producteur.trice.s interviennent plus tard dans le projet, ce qui complique davantage les négociations sur les droits de PI.

Projets de commande:

À cause des règles de l'ARC, les associations qui commandent et financent des projets documentaires, conservent souvent les droits du projet, et proposent un autre scénario dont les créateur.trice.s ne détiendront probablement pas les droits PI

Découvrabilité et distribution des documentaires

Un thème récurrent des entrevues avec les parties prenantes est l'impact de la transformation des modes de distribution, particulièrement avec l'expansion des plateformes de visionnement en ligne et la grande facilité avec laquelle les productions peuvent maintenant rejoindre leur public cible. Un.e participant.e a souligné à quel point la diffusion en ligne avait amplifié les possibilités pour les créateur.trice.s de toucher un public plus vaste et plus ciblé.

Toutefois, à plusieurs reprises faire son chemin à travers toute la compétition a été identifié comme un défi et plusieurs des personnes interviewées avaient le sentiment que le système de distribution canadien n'était pas à la hauteur. Un des points de vue exprimés par un.e participant.e est qu'il est presque impossible d'avoir un projet qui soit vu par un très large public sans un important investissement en temps et en argent de

la part des créateur.trice.s de documentaire. Et même avec cet investissement, les documentaires trouvent rarement un très grand public à moins qu'une portion démographique particulière tombe littéralement en amour avec le concept, ce qui est plus courant pour les productions réalisées par et pour des groupes marginalisés, mais cela demeure tout de même assez rare.

Plusieurs des personnes interrogées estimaient qu'un bon accueil dans un festival était la seule piste pour voir leur film rejoindre un large public, particulièrement quand le succès en festival mène à une sortie en salle. Ce succès augmente également la possibilité qu'une production soit choisie par une plateforme de diffusion en ligne ou une télévision conventionnelle, si elle n'est pas déjà affiliée à un télédiffuseur.

Découvrabilité et distribution des documentaires

Un autre problème relié à la distribution et à la découvrabilité est la manière dont les organismes de financement permettent, ou non, que le financement puisse servir à la promotion d'une production. Certains demandent que la découvrabilité fasse partie de la proposition ou de la demande, d'autres interdisent que la promotion soit incluse dans le budget qui leur est proposé. Selon l'opinion de plusieurs personnes interrogées, cette situation se trouve exacerbée par le fait que les télédiffuseurs ne s'impliquent pas suffisamment en temps et en ressources pour la promotion des productions canadiennes. De plus, dans le cas des bailleurs de fonds qui permettent, ou exigent, de prendre en compte la découvrabilité, cet aspect de la demande de financement requiert un temps important, de l'énergie et une connaissance que les créateur.trice.s indépendant.e.s ou petites compagnies de production se retrouveront dans l'impossibilité d'y accéder.

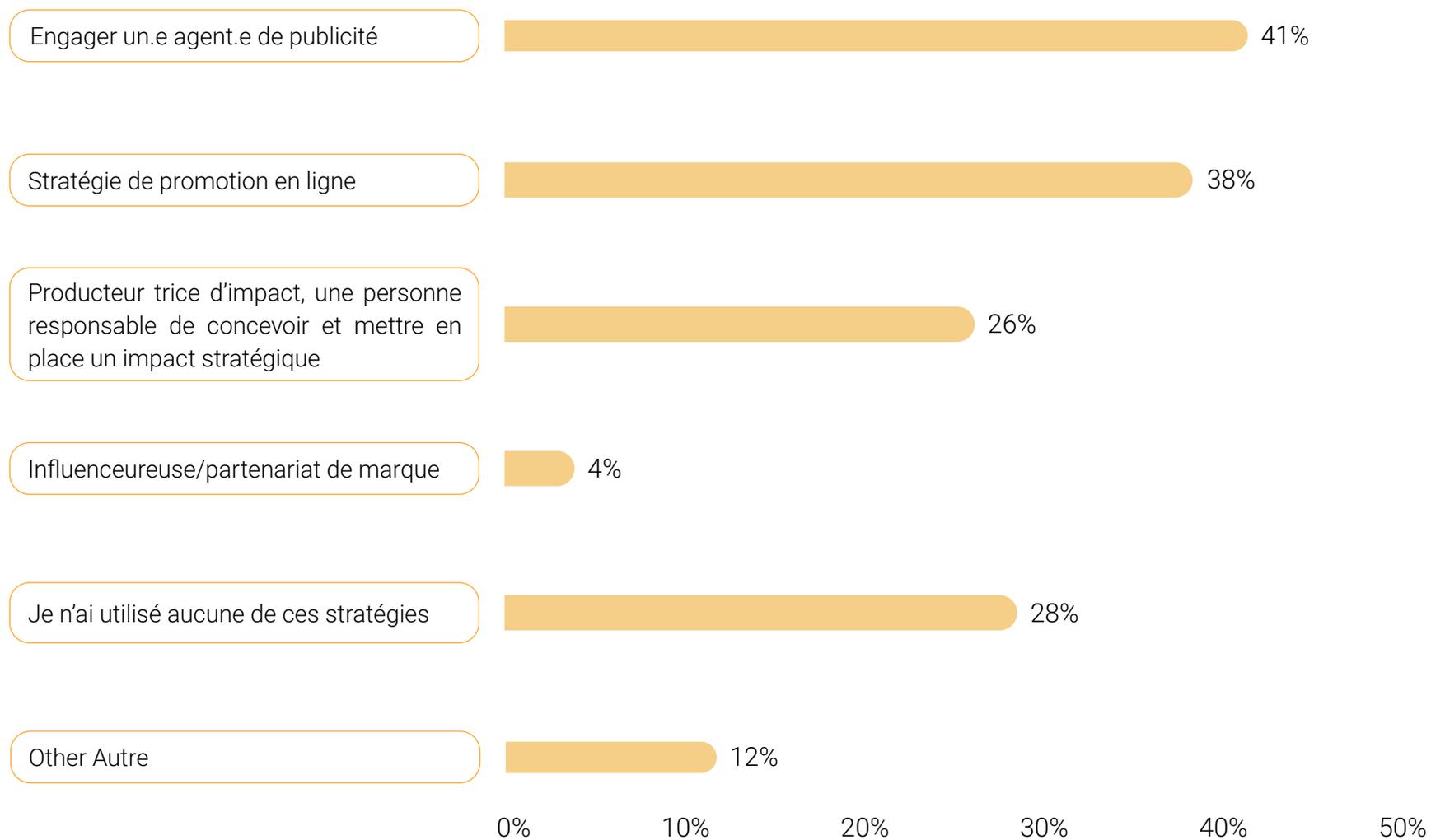
Plus du tiers des répondant.e.s au sondage ont affirmé que pour leur documentaire, l'engagement d'un.e agent.e de publicité (41 %) et l'adoption d'une stratégie de promotion en ligne (38 %) ont été les deux meilleures approches pour

toucher leur public. Un dernier quart des répondant.e.s (26 %) ont signalé que l'embauche d'un producteur.trice d'impact était un outil efficace.

Other definitions noted by participants included:

- Une distribution mondiale du documentaire
- Un partenariat avec des groupes investis dans les questions abordées par le film.
- Engager un.e spécialiste du contenu et/ou un.e spécialiste communautaire qui maîtrise bien les questions et qui puisse accompagner les projections dans différentes communautés
- L'autodistribution peut être une approche efficace
- Travailler avec une compagnie de distribution qui a les moyens et les contacts avec les exploitants et autres circuits de diffusion
- Réaliser du contenu pour les télédiffuseurs et les associations ayant leur propre capacité de distribution.
- La reconnaissance des festivals
- La promotion en ligne, par un site Web

Tableau 71 – Parmi ces stratégies, lesquelles ont été les plus efficaces pour vous aider à rejoindre votre public ? n=139



Source : DOC, sondage Toute la vérité 7

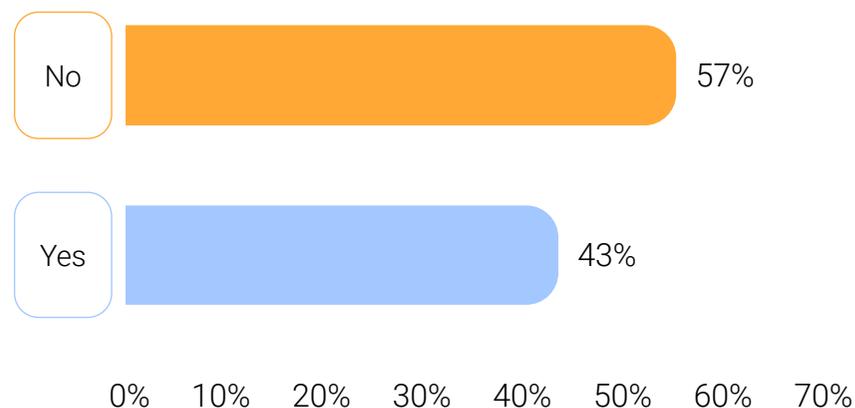
Le développement communautaire et storytelling

Les documentaires jouent toujours un rôle important dans le développement communautaire et les récits qui le soutiennent. En entrevue, les personnes interrogées avaient le sentiment que les histoires de communautés spécifiques, et plus particulièrement les communautés qui ont été historiquement ignorées ou marginalisées par les médias de masse, ces histoires étaient précieuses et importantes, à la fois pour des raisons émotionnelles et logistiques.

Quelques producteur.trice.s ont réalisé qu'un large soutien d'une communauté pouvait aider à développer l'intérêt pour une production, augmenter l'implication du public ou même aider à combler les déficits financiers. Quand les membres d'une communauté sont emballés à l'idée que leur histoire sera partagée avec le monde entier, ils s'investissent d'autant plus dans la réussite d'un film documentaire. Les gens d'affaires et les associations qui servent ces communautés sont également plus disposés à afficher leur soutien, financièrement ou autrement. Plus d'un tiers (43 %) des participant.e.s au sondage ont réalisé des films sur eux-mêmes ou elles-mêmes, sur leur famille ou sur leur communauté.

Même les personnes interrogées qui ne souhaitent pas évoquer leur propre histoire ou celle de leur communauté ont souligné le fait qu'elles avaient le désir de raconter des histoires d'autres personnes ou d'une autre communauté et que le cinéma documentaire était l'outil parfait pour ce genre de narration.

Tableau 72 – Avez-vous déjà réalisé un documentaire sur vous-même, votre famille ou votre communauté ? n=216



Source : DOC, sondage *Toute la vérité 7*

Communautés en quête d'équité¹⁶

Malgré un certain enthousiasme pour l'équité et la diversité et pour plusieurs initiatives destinées à soutenir dans l'industrie les créateurs et créatrices de la diversité, les membres des communautés en quête d'équité doivent toujours faire face à de nombreux obstacles à cause de leur identité.

Plusieurs participant.e.s à notre recherche ont souligné l'écart entre la promotion faite pour les histoires des personnes autochtones, noires et de couleur et les politiques, et le soutien réel que reçoivent les cinéastes de la diversité. Les personnes interrogées ont fait référence aux préjugés institutionnels, comme ceux sur la race ou le genre, qui demeurent un

problème important et leur donne le sentiment que leurs projets sont souvent négligés à cause de leur identité. En outre, plusieurs personnes autochtones, noires ou d'autres communautés racialisées ont ressenti que leur identité particulière et leurs expériences étaient perçues de façon trop réductrice ou incomprise par les décideur.euse.s.

En observant plus largement la communauté internationale du documentaire, plusieurs personnes avaient l'impression que d'autres pays avaient progressé davantage que le Canada sur les questions de diversité. Elles ont relevé qu'il y avait plus de personnes issues de la diversité dans les cercles de

¹⁶ Dans ce rapport, les termes « marginalisés » et « en quête d'équité » sont utilisés en référence à des groupes qui ont été historiquement sous-représentés dans les industries canadiennes de l'écran.

Cette terminologie est en phase avec les meilleures pratiques à l'heure où nous rédigeons ce rapport. Toutefois, la langue est constamment en évolution et les prochaines éditions du rapport peuvent devoir être mises à jour.

Communautés en quête d'équité

décision et les comités et qu'on pouvait voir davantage de studios qui soient la pleine propriété ou que toutes les équipes soient issues de groupes en quête d'équité. Cela étant, elles ont reconnu que cela ne voulait pas nécessairement dire que ces progrès signifiaient que les projets étaient acceptés plus fréquemment ou avaient davantage de visibilité, parce qu'il y a sûrement plus de compétition dans ces pays.

Malgré tout, les personnes interrogées estimaient que la communauté documentaire au Canada est plus en avance sur ces questions d'inclusion que la communauté du cinéma dans son ensemble, à la fois pour ce qui est des créateurs et

créatrices et des bailleurs de fonds. Plus particulièrement, il a été souligné que les efforts de financement et de promotion des projets émanant de la communauté autochtone avaient été faits de bonne foi, en concordance avec le contexte plus large de réconciliation et des impacts persistants du colonialisme. Cependant, il a également été relevé que pour alléger le film, les documentaires ne situaient parfois pas suffisamment le contexte ethnographique ou historique, considéré comme connu de tous. Bien que ce contexte soit peut-être largement connu au Canada, cela peut rendre la mise en marché pour l'étranger plus difficile.

Définition du contenu canadien

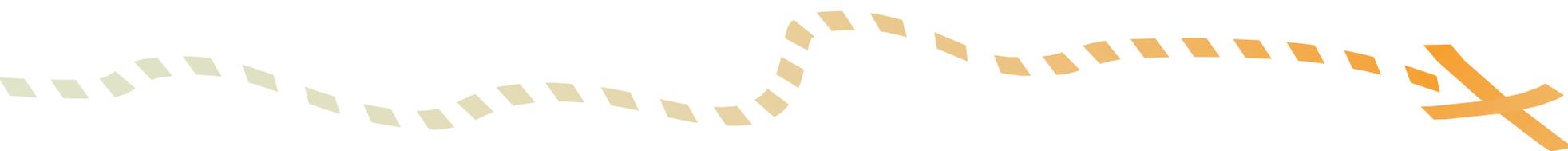
Un des premiers objectifs de la Loi sur la diffusion continue en ligne est d'obliger les services de diffusion en continue en ligne de contribuer à la création, la production et la distribution de contenus canadiens. Une des plus importantes séries de réglementation sera celle qui définit ce qu'est le « contenu canadien ».

Par le sondage et par les entrevues avec les parties prenantes, notre recherche a rassemblé quelques points de vue sur ce que les créateurs et créatrices de documentaires considèrent être le « contenu canadien ».

La majorité des participant.e.s au sondage et aux entrevues définit le « contenu canadien » comme un contenu dont la propriété intellectuelle (PI) est détenue par des Canadiens (79 %) et un contenu dont des Canadiens occupent la majorité des postes créatifs (76 %).

Bien que les opinions varient sur le nombre de membres de l'équipe d'une production qui doivent être Canadiens, un sentiment général était que certains styles ou façons de voir des créateur.trice.s étaient caractéristiques du travail des documentaristes de ce pays, comme la capacité à raconter nos propres histoires qui ne perde pas de vue la complexité de communautés et d'identités croisées, ou encore une approche narrative dotée d'une empathie particulière. La présence de ces expériences et points de vue était beaucoup plus importante pour la plupart des personnes interviewées que d'avoir un film qui se déroule ou est tourné au Canada.

Certain.e.s cinéastes ont clairement exprimé que le film n'avait pas besoin d'être géographiquement situé à l'intérieur de nos frontières pour être considéré de « contenu canadien » et d'autres n'envisageaient même pas que ce soit un facteur définissant le film.



Définition du contenu canadien

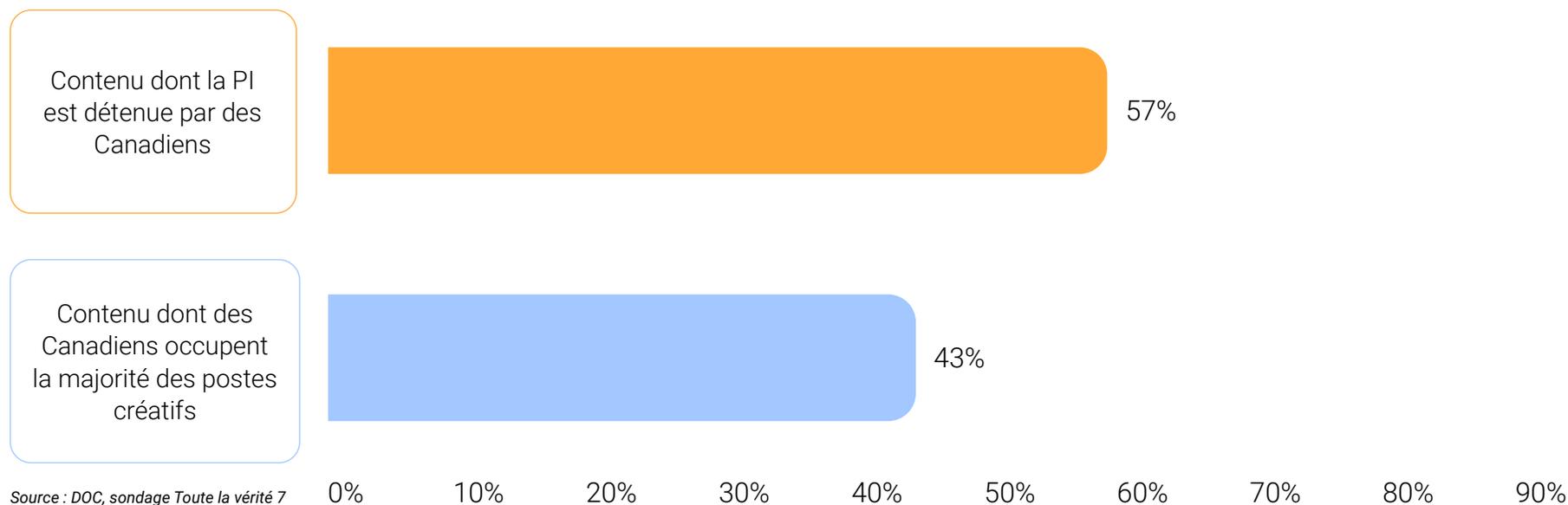
D'autres définitions relevées par les participant.e.s incluent :

• La définition du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) dit ceci : *Contenu produit par une compagnie de production propriété de et contrôlée par des Canadiens et obtenir un minimum de 6/10 sur l'échelle d'évaluation du BCPAC.*¹⁷

• Des histoires qui se déroulent au Canada, à propos de personnes ou de lieux du pays, ou sur des questions et des valeurs liées à cet endroit ou à ces personnes.

• Contenu financé par des subventions canadiennes.

Tableau 73 – Comment définiriez-vous le « Contenu canadien » ? n=145



¹⁷ Pour en savoir davantage sur les exigences du BCPAC, consultez le site :

<https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/financement/bcpac-credit-impot/production-cinematographique-magnetoscopique-canadienne/lignes-directrices.html#a7b>

6.1 Constatations sommaires

Le sondage et les entrevues des parties prenantes nous ont fourni davantage d'informations sur le contexte des données citées plus haut. L'analyse qualitative a révélé que les documentaristes font toujours face à plusieurs défis, parmi lesquels le plus crucial est celui lié au financement. Plus spécifiquement, les participant.e.s au sondage ont cité la difficulté d'accéder aux financements pour la création de leurs films, se frayer un chemin à travers la bureaucratie des systèmes publics officiels de financement et l'accès au financement pour la mise en marché et la promotion de leurs films comme étant les trois obstacles auxquels créatrices et créateurs de documentaires sont confronté.e.s.

Cinéastes et parties prenantes ont également souligné que l'essor des plateformes de diffusion en ligne avait provoqué des transformations de la distribution et aussi sur la manière dont leur public peut être rejoint. Bien que la diffusion en ligne ait permis aux créateurs et créatrices de toucher un public plus large et mieux ciblé, cela a également créé un environnement encombré et très compétitif. Les cinéastes utilisent toute une panoplie de méthodes pour trouver un public pour leurs films, notamment en embauchant des agent.e.s de publicité, en mettant en place une stratégie de promotion en ligne et en engageant un.e producteur.trice d'impact.



6.1 Constatations sommaires

Malgré l'intérêt grandissant pour la diversité et l'équité dans l'industrie, les cinéastes qui s'identifient comme faisant part de groupes en quête d'équité rencontrent des obstacles supplémentaires à cause de leur identité. Les participant.e.s ont fait référence aux préjugés institutionnels comme les préjugés raciaux ou de genre qui représentent des obstacles de taille et donnent l'impression que leurs projets sont souvent pris à la légère à cause de leur identité. En outre, plusieurs personnes noires, autochtones ou d'autres communautés racisées ont le sentiment que leur identité et leur expérience particulières sont schématisées ou incomprises par les décideur.euse.s. Toutefois, les cinéastes ont noté que la communauté du documentaire était plus progressiste sur les questions d'inclusion que la communauté du cinéma dans son ensemble au Canada et ont également reconnu les efforts de bonne foi pour le financement et la promotion au pays d'histoires qui soient plus diverses.

D'autres courants observés dans l'industrie incluent la tendance des cinéastes documentaristes à conserver leur PI au Canada, avec 70 % des participant.e.s au sondage qui conservent leurs droits dans 76 % à 100 % des cas.

L'importance du documentaire dans le développement communautaire et la construction d'une histoire a également été soulignée avec 43 % des répondant.e.s au sondage qui ont mentionné avoir réalisé des documentaires sur eux-mêmes, leurs familles et leurs communautés.

Enfin, quand on leur demande de définir le contenu canadien dans la perspective des changements à venir résultants de la Loi sur la diffusion continue en ligne, la plupart des cinéastes l'ont défini comme un contenu dont la PI est détenue par des Canadien.ne.s et pour laquelle des Canadien.ne.s occupent les principaux postes créatifs. Les répondant.e.s ont aussi mis l'emphase sur le fait qu'à cause des styles et points de vue uniques des documentaristes canadiens le contenu n'avait nullement besoin d'être filmé à l'intérieur des frontières du Canada pour être considéré canadien.