

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'accent 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.