

**QUELQUES FAITS  
SUR L'ÉTAT DU DOCUMENTAIRE**  
30 mai 2017

**FINANCEMENT**

**ONF ET RADIO-CANADA**

**Sur le plan fédéral**, plusieurs programmes n'ont pas été reconduits. De ce fait même, le financement d'institutions culturelles étroitement liées à la production de films documentaires comme l'**Office national du film du Canada** et **Radio-Canada** a été réduit considérablement au fil des ans.

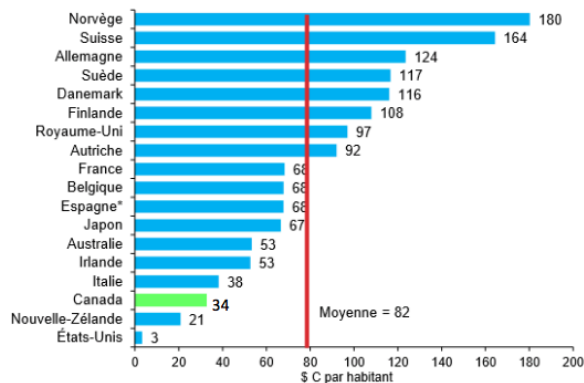
Par exemple, l'ONF disposait d'un apport du gouvernement fédéral qui oscillait autour de 63 millions de dollars en 2006 alors que dix ans plus tard, en 2016, il était de 61 millions de dollars, soit deux millions de moins.<sup>1</sup>

Du côté de CBC/Radio-Canada, le Rapport annuel de **2006-2007** indique un financement public de **1 114 M\$**. En 2015-2016, concernant son financement, CBC/Radio-Canada touchait du fédéral un montant de **1 027 M\$**.<sup>2</sup> Pour 2016-17, il est indiqué dans les rapports trimestriels que pour l'année complète, les crédits parlementaires augmenteront de 75 M\$, ce qui devrait porter le financement public à **1 102 M\$**. Dix ans plus tard, les montants alloués sont toujours plus bas qu'ils ne l'étaient il y a une décennie !<sup>3</sup> Sans compter l'absence, dans ces comparaisons, d'un pourcentage d'indexation afin de pouvoir convenir d'une comparaison qui soit juste.

Tel que l'explique très clairement la Fédération nationale des communications – CSN dans le cadre de la Consultation « Le contenu canadien dans un monde numérique »<sup>4</sup> *le financement public de la SRC a régressé d'environ 18 % depuis 2010. Cette diminution doit être mise en relief avec l'évolution de la population canadienne. Le tableau et le graphique qui suivent illustrent l'évolution de la population canadienne en lien avec le*

financement public. Alors que la population canadienne s'est accrue de près de 7 % entre 2010 et 2016, la baisse du financement public à la SRC (en dollars courants), par le gouvernement fédéral, a entraîné une diminution d'environ 16 % du financement par habitant. En Europe, la radiodiffusion de service public est protégée par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme. Le Conseil de l'Europe souligne la connexion étroite entre la libre circulation de l'information et la liberté d'exprimer des opinions. Il confère à la radiodiffusion de service public un rôle spécifique de garantie du pluralisme politique et de contribution à la culture. En 2011, parmi 18 grands pays occidentaux, le Canada venait au 16e rang pour le financement de la radiodiffusion publique par habitant, devançant seulement la Nouvelle-Zélande et les États-Unis. À 34 \$ par habitant, le financement de la radiodiffusion publique au Canada était de 60 % inférieur à la moyenne des 18 pays occidentaux à l'étude, qui s'élevait à 82 \$. En 2010, le financement public s'élevait à 33,60 \$ par habitant. En 2016, il est de 28,30 \$. La FNC-CSN et le SCRC considèrent qu'un financement à hauteur de 43,50 \$ serait adéquat. Le manque à gagner en 2016 serait donc de 15,20 \$.

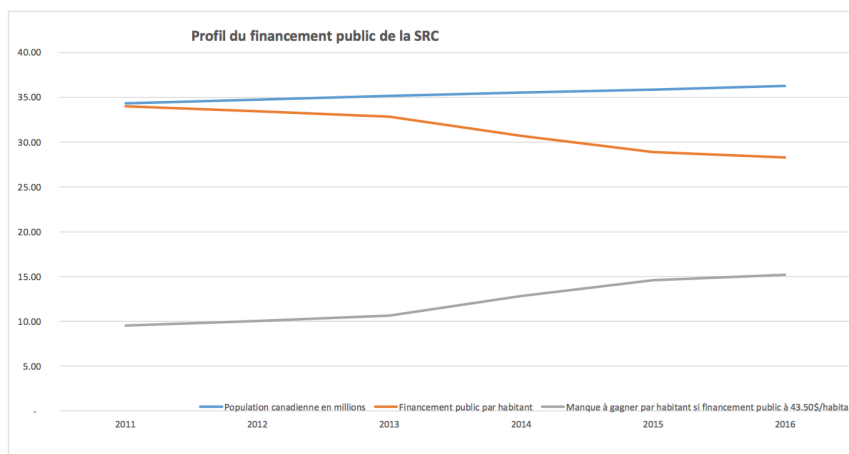
**Niveau de financement par habitant reçu par les radiodiffuseurs publics, 2011**



Source : Analyse des rapports annuels des radiodiffuseurs publics par le Groupe Nordicité.

Cette recommandation, de porter le financement à 43,50 \$/habitant demeure nettement en deçà de la moyenne des pays de l'OCDE, qui s'établit aujourd'hui 87 \$ par habitant. L'injection additionnelle de 675 M\$ au cours des cinq prochaines années, même s'il s'agit d'une bonne nouvelle, ne réussit pas à combler l'écart entre le financement public et le montant suggéré. En effet, basée sur la population canadienne de 2016, la première tranche de réinjection de 75 M\$ ne représente que 2 \$ par habitant, alors qu'il y a un manque à gagner de 15,20 \$.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variation
Population canadienne en millions	34.01	34.34	34.75	35.16	35.54	35.85	36.29	6.7%
Financement public par habitant	33.60	33.99	33.45	32.85	30.69	28.90	28.30	-15.8%
Manque à gagner annuel si financement à 43,50\$ par habitant	9.90	9.51	10.05	10.65	12.81	14.60	15.20	53.6%



## AUTRES SOURCES DE FINANCEMENT

En 2008, la grande communauté des artisans du documentaire a aussi assisté à la disparition du *Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants* qui n'a toujours pas été réanimé. Sur une période de 17 années, entre 1991 et sa fermeture en 2008, le fonds avait attribué plus de 17 millions de dollars à 850 productions canadiennes indépendantes. Il disposait, juste avant sa fermeture, d'un budget annuel de 1,5 million.<sup>5</sup> Cette source de financement directement liée à la production de films documentaires a aussi disparu.

**Au Québec**, en tenant compte de l'inflation, le financement a diminué ou est demeuré relativement stable dans les dix dernières années, si on examine les budgets du **CALQ** et de la **SODEC**. Cependant, plusieurs organismes évaluent aujourd'hui qu'il faudrait ajouter environ 40 millions au CALQ pour avoir le même effet qu'il y a 10 ans.<sup>6</sup> Luc Fortin, **ministre** québécois de la *Culture et des Communications, responsable de la Protection et de la Promotion de la langue*, s'est engagé en avril, lors de l'étude des crédits, à dégager des fonds qui seraient prioritairement réinvestis dans le budget de l'organisation, mais sans établir le montant ni l'échéance d'actualisation.

En 1999, **Télé-Québec** disposait de revenus autour de 66 millions de dollars annuellement, ils sont aujourd'hui de 77 559 569.<sup>7</sup> Si les budgets avaient été indexés simplement en suivant le rythme de l'inflation ils seraient aujourd'hui de 93 millions de dollars. La chaîne publique continue de remplir sa mission, comme elle peut, mais les contraintes budgétaires exercent sur elle une pression telle qu'elle se retrouve de plus en plus tributaire des cotes d'écoute, ce qui a nécessairement un impact sur le type d'œuvre présenté. Sans compter les ressources supplémentaires que la chaîne, comme toutes les autres organisations déjà mentionnées, doit investir dans les nouveaux coûts reliés aux communications numériques et aux moyens de diffusion numériques complémentaires à sa grille de télé *offline*.

## **DIFFUSION, FINANCEMENT ET REVENUS**

### **EXIGENCES DU NUMÉRIQUE**

**L'avènement du numérique** et surtout, des plateformes de diffusion en ligne, viennent bouleverser les pratiques.

Dans le secteur audiovisuel, la fréquentation en salles (cinéma) de même que l'abonnement à la télédistribution (câble) sont en baisse au profit des services de diffusion par Internet, tels que Netflix, Hulu, Amazon et autres.

La plus récente étude (publiée en avril 2017) de la firme Convergence Consulting Group<sup>8</sup> confirme l'accélération sans précédent des Canadiens à abandonner le service de la télédistribution traditionnelle. Il apparaît clairement que plus du quart des 14,6 millions de foyers au pays n'ont plus accès aux services de câblodistribution. Qui plus est, la firme prédit que ce nombre de 3,8 millions de foyers sans abonnement bondira en 2017 à 4,18 millions. Ainsi, de 2015 à 2016, on note une hausse de 80% des abandons au câble.

Les nouvelles plateformes, au taux fixe mensuel, ne facturent pas de taxes de vente puisqu'elles sont considérées comme un produit numérique dont les propriétés à l'extérieur du Canada rendent imperméables toutes taxations selon la législation actuelle. Ainsi elles ne contribuent pas aux différents fonds qui financent la production canadienne et n'ont aucune obligation de mettre en valeur, ou d'encourager, la production d'ici. En somme, un accès pour ces derniers à d'immenses marchés potentiels sans aucune

obligation ni responsabilité de se plier aux normes d'exploitation qui encadrent pourtant les diffuseurs traditionnels, lesquels constituent leurs concurrents initiaux dans le marché canadien.

Tel que le mentionnait Téléfilm Canada en 2015, dans son rapport sur les audiences au Canada<sup>9</sup>, la proportion de Canadiens abonnés à Netflix a augmenté de façon marquée, et s'élève à plus de 40 %. Et ce pourcentage augmente à 60 % dans le cas de la génération Y. En ce qui a trait aux plateformes utilisées pour le visionnement des films, Netflix arrive en seconde place, tout juste derrière la télédiffusion en direct. Dans ce même rapport, mis à jour en 2016,<sup>10</sup> Téléfilm Canada remarquait que 67% des Canadiens confirmaient écouter des documentaires.

Il est aussi à observer que les diffuseurs de contenu tel que Netflix exercent une pression importante sur les diffuseurs traditionnels quant à leur usage du numérique dans leurs opérations quotidiennes ce qui a pour effet de déplacer une grande partie des ressources financières des diffuseurs traditionnels vers des investissements d'ordre numériques rarement en lien avec la production documentaire. Le numérique impose de manière évidente des dépenses supplémentaires de fonctionnement.

**Les conséquences se font d'ailleurs sentir au Fonds des médias du Canada** qui contribue à la production de très nombreux documentaires pour la télévision. Alors que le financement total pour le documentaire en français (unique et séries) était de 23 647 000\$ en 2012-2013, il est en 2016-2017 de 20 747 000\$. Le budget moyen des documentaires uniques en français financés par le FMC était, en 2012-2013, de 301 000\$ pour les télédiffuseurs publics et privés et il est, pour 2016-2017, de seulement 226 000\$.<sup>11</sup>

Ce qui frappe encore plus, ce sont les chiffres globaux de la situation du FMC. En raison de la baisse de revenu des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui contribue en partie au fonds (l'autre partie étant assumé par l'état canadien), on prévoit que pour 2017-2018 le budget du programme total ne sera que 350 millions, soit le même niveau qu'en 2010-2011. Le choc est brutal pour la production nationale canadienne dans son ensemble.<sup>12</sup>

## CONDITIONS DE TRAVAIL FRAGILISÉES

**Une récente étude de l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec et du Service aux collectivités de l'UQAM** met en relief d'ailleurs les difficultés des documentaristes qui sont tributaires de la conjoncture actuelle. Voici quelques éléments.<sup>13</sup>

Les revenus provenant de la réalisation documentaire représentaient en moyenne annuellement un maigre 23 153 \$ pour les hommes et seulement 15 798 \$ pour les femmes. La majorité doit donc pratiquer un autre métier pour atteindre un revenu moyen de 39 391 \$.

75% des réalisateurs interrogés possèdent un diplôme universitaire.

Au cours de la dernière année, 51 % du temps de travail des documentaristes a été consacré à la réalisation documentaire. Mais seulement 53 % de ce travail a été rémunéré.

46 % des documentaristes ont également déclaré que la taille de ces équipes avait diminué au cours des huit dernières années.

59 % des documentaristes affirment avoir déjà songé à abandonner leur métier (69 % des femmes et 49 % des hommes). Les principales raisons invoquées pour expliquer cette envie sont les difficultés à trouver du financement, l'accumulation des refus et l'accumulation des difficultés personnelles liées aux conditions de pratique de la profession.

## POPULARITÉ DU DOCUMENTAIRE – ENJEUX

**Selon un récent article, 41% des productions originales de films de Netflix étaient des documentaires !<sup>14</sup>** On peut se réjouir d'un tel pourcentage qui démontre à quel point ce nouveau grand joueur accorde de l'importance à genre. Compte tenu **du très grand engouement des jeunes adultes pour les nouvelles plateformes, qui sont 84 % à regarder des vidéos en ligne et 70 % de la webtélé,<sup>15</sup>** les nouvelles peuvent paraître, sur ce plan, encourageantes pour le documentaire. Or, on peut cependant s'inquiéter, dans un univers numérique non réglementé et face à des œuvres nationales pratiquement inexistantes sur ces plateformes, que les jeunes Québécoises et Québécois n'aient d'autres choix que de regarder des documentaires étrangers, pour la plupart américaines et non francophones.

Si tel que l'affirmait la CSN en 2016 lors d'un colloque tenu à Québec sur l'information<sup>16</sup>, *le modèle québécois pour le secteur québécois de la production télévisuelle offre à la population une programmation plus riche et plus diversifiée que ce que les seuls revenus publicitaires en découlant pourraient financer*, comment ne pas s'inquiéter de la faiblesse de son financement au moment où les écrans traditionnels sont délaissés par les plus jeunes générations au profit des écrans numériques ? Dans ce même rapport, l'organisation suggérait un moment de réflexion quant à la situation actuelle. *Plusieurs pays s'interrogent sur la relation qu'ils ont avec les services de programmation par contournement et avec les fournisseurs d'accès internet. Des questions pertinentes sont posées sur ces entreprises qui utilisent les infrastructures technologiques pour entrer en contact avec les citoyens et les citoyennes, sans contribuer à la fiscalité nationale ni au financement du système et des activités de production.*

## **LE DOCUMENTAIRE AU QUÉBEC**

Gilles Carle, Philippe Falardeau et Denis Villeneuve ont tous fait leur classe en documentaire avant de devenir des ambassadeurs internationaux du cinéma québécois. De Denys Arcand à Sophie Deraspe, de Gilles Groulx à Anaïs Barbeau-Lavalette, en passant par Jean Claude Labrecque, le cinéma québécois foisonne d'exemple de cinéastes ayant eu en fait des allées retour entre le documentaire et la fiction.

Selon l'institut de la statistique du Québec, en 2015-2016, 203 documentaires (tous formats et incluant les séries) ont été produits au Québec. Le coût total de production s'élevait à 133 885 255. Le coût de production moyen était 15 % moins élevé en 2015-2016 qu'en 2013-2014.<sup>17</sup>

## **CE QUI SE PASSE EN FRANCE – QUELQUES STATISTIQUES**<sup>18</sup>

### **FRANCE**

-En 2015, production record de longs métrages documentaires. 2015 est une année record en termes de nombre de films documentaires produits avec 47 documentaires agréés (15,7 % de l'ensemble des films agréés de l'année), soit 10 titres de plus qu'en 2014 pour un devis total de 27,0 M€.

-En 2015, l'offre de long métrage documentaire en salles continue de s'enrichir avec un total de 104 documentaires proposés, soit le niveau le plus élevé de la décennie.

-Un peu plus de la moitié des longs métrages documentaires bénéficient d'une exposition publicitaire. Même si les films documentaires bénéficient de moins d'investissements publicitaires que les autres films, ils progressent de façon régulière depuis dix ans.

-En 2015, 2,2 millions d'entrées pour les films documentaires inédits.

-Les films documentaires sortis en 2015 réalisent 2,2 millions d'entrées dans les salles de cinéma, soit une progression de 9,0 % par rapport à 2014 alors que les entrées réalisées par l'ensemble des films tous genres confondus sont en baisse de 1,8 %.

-En 2015, les chaînes augmentent leurs investissements dans le documentaire audiovisuel. Les investissements des télévisions dans le documentaire augmentent de 2,7 % à 209,7 M€ et couvrent 51,3 % des devis.

-En 2015, les commandes des chaînes nationales gratuites dans le documentaire augmentent de 1,8 % en volume pour s'établir à 1 659 heures.

-Plus de 26 000 heures de documentaires sur les chaînes nationales gratuites

En 2015, le volume de documentaires proposés sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6 ter, Numéro 23, RMC Découverte) s'élève à 26 442 heures selon Médiamétrie.

-En 2015, la part du documentaire dans l'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites s'établit à 15,9 %. RMC Découverte, Arte et France 5 sont les principaux diffuseurs de documentaires parmi les chaînes nationales gratuites. En termes de consommation, les téléspectateurs âgés de quatre ans et plus consacrent 8,8 % de leur temps d'écoute au genre documentaire.

-Le documentaire de société représente 42,9 % de l'offre et 51,8 % de la consommation de documentaires à la télévision.

-Progression des ventes de programmes audiovisuels documentaire à l'exportation :

pour la cinquième année consécutive, les ventes de documentaires français à l'international progressent, de 13,2 % à 34,9 M€ en 2014. Les documentaires génèrent 22,7 % des ventes de programmes télévisuels à l'étranger en 2014.

-Entre 2006 et 2015, le nombre de longs métrages documentaires agréés augmente en moyenne de 9,4 % par an. 47 longs métrages documentaires sont agréés en 2015, soit 10 titres de plus qu'en 2014. 2015 est une année record en termes de nombre de films documentaires (longs métrages) agréés au regard des dix dernières années.

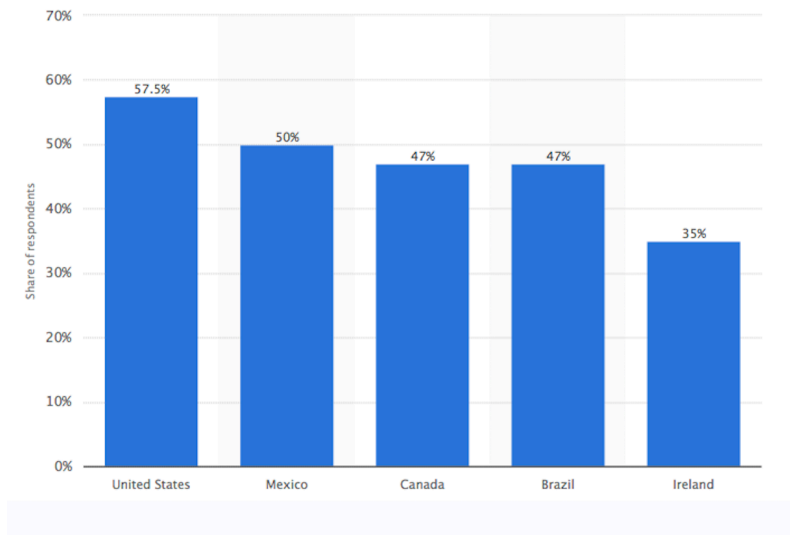


-Les ventes de documentaires en Amérique du Nord augmentent fortement de 72,7 % à 7,7 M€ en 2014. La zone est à l'origine de 22,0 % des achats en 2014, contre 14,4 % en 2013. Cette hausse repose sur une hausse des recettes aux États-Unis. Le Canada diminue son niveau d'acquisition des productions françaises.

## **NETFLIX – QUELQUES INFOS<sup>19</sup>**

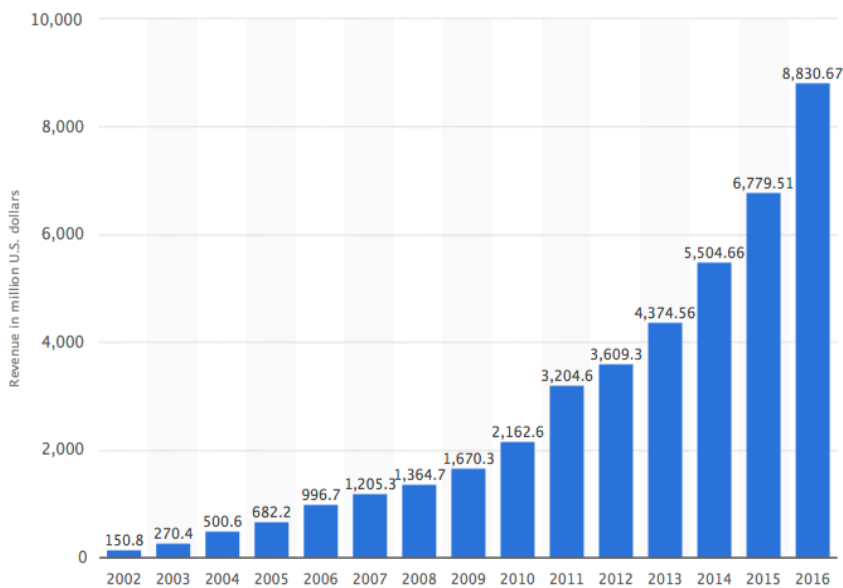
- 29 août 1997 : Création à Scotts Valley
- 14 avril 1998 : Lancement du service
- Mai 2002 : Introduction en bourse
- 2007 : Mise en marché de la plateforme web avec abonnement mensuel
- Septembre 2010 : Lancement au Canada
- Septembre 2014 : Lancement en France
- Janvier 2016 : Lancement international
- Disponible dans 190 pays
- Nombre d'abonnés au monde : 98,7 millions d'abonnés
- Nombre d'abonnés au Québec : 865 000
- Nombre d'abonnés au Québec francophone : 555 000
- Nombre d'abonnés au Canada : plus de 5,2 millions
- Pour le trimestre en cours, qui prendra fin en juillet, Netflix s'attend à des revenus d'environ 2,76 milliards. Les analystes prévoient jusqu'à maintenant un chiffre d'affaires de 2,77 milliards pour ce trimestre.

## Leading Netflix markets worldwide in 2nd quarter 2016



20

## Netflix's annual revenue from 2002 to 2016 (in million U.S. dollars)



### ABOUT THIS STATISTIC

This statistic shows the revenue of Netflix from 2002 to 2016. In 2002, the total revenue of the streaming site amounted to 150.8 million U.S. dollars and grew to 8.83 billion U.S. dollars by 2016. The American media company stood at 186.68 million U.S. dollars in 2015 with 4,700 employees working at the company. [Show more...](#)

### SPECIAL FUNCTIONS

Download as ...	Options
Graphic (PNG)	+
Excel (XLS)	+
PowerPoint (PPT)	+
PDF	+

21

---

<sup>1</sup> *Rapport annuel de l'Office national du film du Canada, 2005-2006*  
[http://onf-nfb.gc.ca/publications/fr/rapportannuel/rap2005-2006/ONF-RapportA\\_05-06.pdf](http://onf-nfb.gc.ca/publications/fr/rapportannuel/rap2005-2006/ONF-RapportA_05-06.pdf)

Rapport annuel de l'Office national du film du Canada, 2015-2016  
[http://onf-nfb.gc.ca/wp-content/uploads/2016/11/Rapport-annuel\\_FINAL\\_WEB\\_FR.pdf](http://onf-nfb.gc.ca/wp-content/uploads/2016/11/Rapport-annuel_FINAL_WEB_FR.pdf)

<sup>2</sup> *Rapports financiers de CBC/Radio-Canada*  
<http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/rapports-financiers/>

<sup>3</sup> *Rapports financiers de CBC/Radio-Canada*  
<http://www.cbc.radio-canada.ca/fr/rendre-des-comptes-aux-canadiens/rapports/rapports-financiers/>

<sup>4</sup> *Les enjeux de Radio-Canada, mémoire présenté par dans le cadre de la Consultation Le contenu canadien dans un monde numérique.* la Fédération nationale des communications – CSN. Novembre 2016.  
[http://www.canadiancontentconsultations.ca/system/documents/attachments/916ed71287a34121b4ec9e427067f8eca7ba4063/000/004/834/original/Federation\\_nationale\\_des\\_communications\\_\(FNC-CSN\).pdf?1481214208](http://www.canadiancontentconsultations.ca/system/documents/attachments/916ed71287a34121b4ec9e427067f8eca7ba4063/000/004/834/original/Federation_nationale_des_communications_(FNC-CSN).pdf?1481214208)

<sup>5</sup> *Future Directions for Non-Theatrical Documentary Support*, J. Coflin & Associate Inc, août 2011,  
[http://www.cifvf.ca/CNFVC\\_Report\\_FINAL\\_2011\\_08\\_30\\_For%20Release.pdf](http://www.cifvf.ca/CNFVC_Report_FINAL_2011_08_30_For%20Release.pdf)

<sup>6</sup> *Communiqué. État d'urgence pour les arts et les lettres : les milieux artistiques manifestent leur mécontentement.* Mouvement pour les arts et les lettres, 24 avril 2017  
<https://www.mal.qc.ca/nouvelle.php?n=92>

<sup>7</sup> *Rapports annuels.* Télé-Québec, 2015-2016 et 1998-1999  
<http://www.telequebec.tv/societe/rapports-annuels/>

<sup>8</sup> *The Battle for the Canadian Couch Potato: Online & Traditional TV and Movie Distribution*, Convergence Research Group Limited, avril 2017  
<http://www.convergenceonline.com/downloads/NewContentCanada2017.pdf?lbisphreq=1>

<sup>9</sup> *Les auditoires au Canada : rapport sur les tendances*, Téléfilm Canada  
<https://telefilm.ca/wp-content/uploads/auditoires-canada-rapport-tendances.pdf>

<sup>10</sup> *Comprendre et interpeller les auditoires*, Téléfilm Canada, octobre 2016  
[http://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/Comprendre\\_et\\_interpeller\\_les\\_auditoires-Rapport\\_sommaire.pdf](http://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/Comprendre_et_interpeller_les_auditoires-Rapport_sommaire.pdf)

<sup>11</sup> *Documentation interne et rapports.* Fonds des médias du Canada, mai 2017

<sup>12</sup> *Documentation interne et rapports.* Fonds des médias du Canada, mai 2017

<sup>13</sup> *Le métier de documentariste: une pratique de création menacée ? Portrait des conditions de pratique de la profession de documentariste au Québec en 2015.* ARRQ et Service aux collectivités de l'UQAM, novembre 2016

---

[http://www.arrq.qc.ca/kcfinder/upload/files/Rapport\\_quantifinal\\_nov\\_2016.pdf](http://www.arrq.qc.ca/kcfinder/upload/files/Rapport_quantifinal_nov_2016.pdf)

<sup>14</sup> *The numbers behind Netflix Original movies and TV shows*. Stephen Follows - Film industry data and education, 24 avril 2017

<https://stephenfollows.com/netflix-original-movies-shows>

<sup>15</sup> *Le divertissement en ligne au Québec, Les jeunes adultes très friands des services de divertissement en ligne au Québec*. CEFRIO, mai 2017

<http://www.cefrio.qc.ca/netendances/le-divertissement-en-ligne-au-quebec/>

<sup>16</sup> *L'information, le 4e pouvoir sous pression*, 3 mai 2016, Colloque organisé par la FNC-CSN

[https://www.csn.qc.ca/wp-content/uploads/2016/06/Rapport\\_financement-medias\\_juin-2016.pdf](https://www.csn.qc.ca/wp-content/uploads/2016/06/Rapport_financement-medias_juin-2016.pdf)

<sup>17</sup> *Institut de la statistique*, statistiques et publications

<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/cinema-audiovisuel/financement/structure-financement.htm>

<sup>18</sup> *Le marché du documentaire en 2015*, les études du CNC. Centre national du cinéma et de l'image animée. Juin 2016

<http://www.acces.tv/wp-content/uploads/2016/07/Le-marche-du-documentaire-en-2015.pdf>

<sup>19</sup> *Netflix*, Page wikipedia, en ligne 29 mai.

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Netflix>

<sup>20</sup> *Statistics and facts about Netflix*, The Statistics Portal, en ligne 29 mai 2017

<https://www.statista.com/topics/842/netflix/>

<sup>21</sup> Ibid