

**MÉMOIRE DU BCTQ**

**POLITIQUE DE  
DÉVELOPPEMENT  
CULTUREL 2017-2022**

**VILLE DE MONTRÉAL**

**PRINTEMPS 2017**



## MISE EN CONTEXTE

Nous croyons le moment bien choisi pour faire le point sur l'industrie audiovisuelle du Québec. Au cours de la saison estivale 2016, le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) a mené une grande consultation auprès des leaders de notre industrie afin de recueillir leurs réflexions et commentaires et de prendre, dans un premier temps, la mesure de nos avancées, souvent remarquables. Le constat est probant. L'avenir de la filière audiovisuelle du Québec, qui est l'un des piliers de l'économie créative, bénéficie d'une assise solide : une industrie de classe mondiale répondant aux critères parmi les plus exigeants. Au Québec, et principalement à Montréal, se défile la chaîne complète de cette filière et chacun de ses acteurs doit être considéré au regard de ses spécificités puis dans une vision d'ensemble pour en assurer la cohésion et la solidité.

Dans un second temps, la consultation a également permis de mettre en lumière l'importance des défis qu'il nous reste à relever pour assurer un rayonnement pérenne des produits culturels québécois, ici comme à l'étranger. La concurrence que se livrent les grands réseaux « terrestres » et les nouveaux joueurs *over-the-top* ou *OTT*<sup>1</sup> (Netflix, Amazon, Crave, Tou.TV, etc.) stimule la demande pour des contenus audiovisuels originaux, de grande qualité et distinctifs. Le Québec peut être un élément dynamique de cette évolution impétueuse des besoins relatifs à la création de contenus. Dans un monde façonné quotidiennement par la mondialisation, s'offrent à nous des opportunités que nous devons apprendre à saisir.

L'économie du divertissement se transforme à grande vitesse : l'évolution constante des outils de production, des pratiques de gestion, des modèles d'affaires, et particulièrement des avenues de distribution des contenus sont autant de sujets au cœur des préoccupations recensées au cours de la consultation. À l'instar des divers gouvernements qui ont entrepris de vastes consultations sur une multitude de sujets entourant les valeurs économique et patrimoniale de notre essence culturelle, le BCTQ refait ce parcours en ciblant spécifiquement la filière audiovisuelle du Québec, autrement nommée Grappe industrielle.

Le génie de nos artisans, l'esprit créatif de nos entrepreneurs, un sens de l'innovation reconnu mondialement et des outils de développement économique adaptés aux besoins d'un rayonnement national et international sont autant de facteurs qui permettront de forger la personnalité des marques « Montréal » et du « Québec ». Alors, nous devons tous poursuivre un objectif commun : promouvoir le rôle et le caractère distinctif de ces deux locomotives pour assurer une meilleure cohésion, clairement établir leurs fonctions économiques et ce faisant, orchestrer une diffusion à grande échelle.

Rappelons que les infrastructures dédiées à cette industrie sont à la base de l'expansion industrielle et qu'à terme, toutes les composantes de l'industrie profitent de ces investissements et de la croissance qui s'y rattache.

---

<sup>1</sup> *Over-the-top services* ou *OTT* : Un service par contournement (ou offre hors du fournisseur d'accès à l'internet ; en anglais *over-the-top services*) est un service de livraison d'audio, de vidéo et d'autres médias sur Internet sans la participation d'un opérateur de réseau traditionnel (comme une compagnie de câble, de téléphone ou de satellite) dans le contrôle ou la distribution du contenu.

# TABLE DES MATIÈRES

MISE EN CONTEXTE .....	2
TABLE DES MATIÈRES .....	3
1. LE BCTQ : QUI SOMMES-NOUS?.....	4
1.1. Mission .....	4
1.2. Écosystème.....	4
1.3. Nos neuf chantiers .....	5
2. Chaîne de valeurs des industries créatives .....	5
3. Définir nos ambitions .....	6
3.1. Tournages étrangers .....	7
3.2. Effets visuels.....	8
3.3. Réalité virtuelle et augmentée.....	9
3.4. Enregistrement sonore.....	10
3.5. Commercialisation.....	10
4. Main-d'œuvre – secteur « Live Action » .....	12
5. Code vert – bonnes pratiques écologiques.....	13
6. Chantier sur la compétitivité des différents acteurs de la Grappe audiovisuelle .....	13
7. Conclusion .....	14

# 1. LE BCTQ : QUI SOMMES-NOUS?

## 1.1. Mission

Le BCTQ est un OBNL œuvrant à titre d'agence de développement économique selon les deux mandats suivants :

- Contribuer au développement et à la compétitivité du Québec comme centre de production multi-écrans de calibre international.
- Générer de l'argent neuf en territoire québécois en s'appuyant sur des programmes d'incitatifs fiscaux compétitifs, le savoir-faire des membres de la filière, la diversité géographique et architecturale, la qualité des infrastructures et sur notre capacité à exporter nos produits et services sur les marchés étrangers.

**Note :** Afin de dissiper toute forme d'ambiguïté sur les distinctions fondamentales qui existent entre le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) et le Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal (BCTM), nous vous proposons de prendre connaissance du mandat du BCTM :

*Le Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal (BCTM) a été mis sur pied par la Ville de Montréal en 1979, ce qui en fait un des plus anciens bureaux du cinéma en Amérique du Nord. Il relève du Service de la culture et son mandat se décline ainsi:*

- *Assurer la gestion et la coordination logistique des tournages sur le territoire montréalais;*
- *Fournir des informations spécialisées sur les ressources disponibles pour l'industrie audiovisuelle à Montréal;*
- *Valoriser Montréal comme lieu de tournage privilégié pour les producteurs étrangers.*

## 1.2. Écosystème

La filière audiovisuelle possède de nombreuses composantes qui gravitent toutes autour de la production multi-écrans (cinéma, télévision, nouvelles plateformes). Autour du noyau principal que forment les producteurs, on retrouve les auteurs-scénaristes, réalisateurs, artistes, artisans, musiciens, le personnel technique et autres professionnels. S'enclenche ensuite le processus de fabrication qui aura recours aux services de postproduction, d'effets visuels, de doublage, de sous-titrage et de numérisation/duplication permettant au produit d'être proposé dans différents formats qui seront ensuite diffusés et distribués par les salles de cinéma, télédiffuseurs et autres plateformes numériques. On retrouve également au sein de cet écosystème les infrastructures de tournage, les fournisseurs d'équipement ainsi que les institutions, associations et syndicats permettant aux travailleurs d'œuvrer dans des conditions saines et optimales.

La filière compte ainsi près de **33 000 emplois au Québec**, qui se répartissent de la façon suivante : 16 270 en production, 11 650 emplois en diffusion, 4 280 emplois chez les fournisseurs et environ 500 emplois de soutien (syndicats, associations, formation, financement public et privé, etc.). Cette industrie totalise des revenus annuels de **1.5 milliard de dollars de volume de production**, dont 260 millions retournent dans les coffres du gouvernement (177 millions pour le gouvernement du Québec et 83 millions pour le gouvernement du Canada). Il est à noter que plus de 85% de la production audiovisuelle est développée et fabriquée à Montréal.

### 1.3. Nos neuf chantiers

Neuf chantiers majeurs soutiennent les activités du BCTQ.

À travers chacun de ces chantiers s'expriment tous les acteurs de la Grappe audiovisuelle du Québec. Ceci afin d'engager la réflexion et d'initier des solutions permettant de soutenir et de développer la croissance de ce secteur, qui rappelons-le, est l'un des piliers de l'économie créative du Québec.

1. Incitatifs fiscaux : veille stratégique assurant le maintien et la stabilité des crédits d'impôt;
2. Service d'accueil : activités visant à attirer des tournages en provenance de l'étranger;
3. Effets visuels : répondre aux problématiques de MO<sup>2</sup> afin de soutenir la croissance;
4. Animation : soutenir la croissance de l'écosystème;
5. Commercialisation : augmenter le rayonnement de nos produits à l'étranger;
6. Innovation (RV/RA) : développer à Montréal un pôle d'excellence mondial;
7. Code Vert : établir de bonnes pratiques de gestion écologique;
8. Compétitivité : s'assurer que les pratiques et les modes de tarification sont compétitifs;
9. Coproduction : stimuler le partenariat entre producteurs de différents territoires.

C'est dans le cadre de ces chantiers que nous considérerons les principales problématiques liées à la mondialisation de notre industrie et aux diverses applications technologiques qui entraînent une mutation profonde des modèles d'affaires établis. Ci-dessous seront exposées les problématiques qui concernent plus spécifiquement la production en milieu urbain.

## 2. Chaîne de valeurs des industries créatives

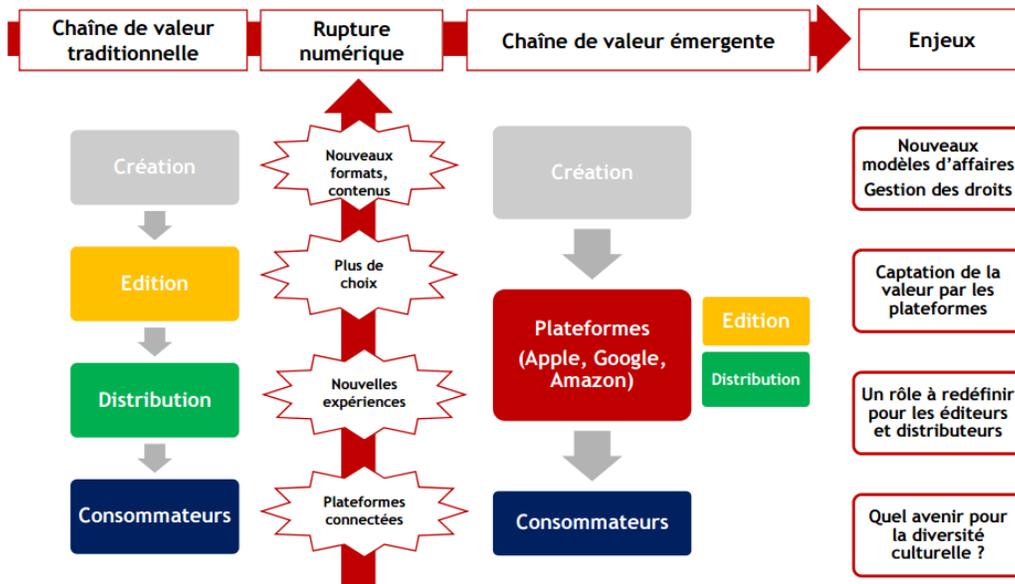
L'un des principaux défis de la filière est sans contredit de comprendre et d'identifier les mécanismes par lesquels se gèrent les multiples interactions entre les acteurs d'une même chaîne, communément nommée chaîne de valeur.

---

<sup>2</sup> Main-d'œuvre

## Un enjeu commun : le numérique

La rupture numérique change les modes de consommation et bouleverse les modèles d'affaires



Source : Kancel, Serge, Jérôme Itty, Morgane Weill et Bruno Durieux. « L'apport de la culture à l'économie en France ». *Inspection générale des affaires culturelles*. France : Ministère de la culture et de la communication, République française. 2014.

D'un côté, on note que la technologie numérique est responsable d'une rupture de cette chaîne de valeur, et de l'autre on voit émerger une nouvelle chaîne où les plateformes intègrent les activités d'édition et de distribution aux consommateurs.

Sans nier l'effet perturbateur de la technologie numérique, nous sommes plutôt d'avis que cette dernière n'a pas créé de rupture, mais plutôt fait émerger de nouveaux liens dans cette chaîne. De linéaire qu'elle était, elle est devenue transversale et multidimensionnelle. C'est précisément la qualité et la fluidité des interactions au sein de cette chaîne qui permettront à terme de maximiser les performances de l'ensemble. Dans cette perspective, il est à prévoir que les pratiques et les ententes contractuelles qui ont contribué à ce jour à maintenir le relatif équilibre entre les acteurs de cette chaîne sont appelées à se transformer de manière à refléter les nombreux changements, notamment ceux observés au chapitre de la conduite des affaires.

Les discussions permettant de moderniser les relations industrielles doivent s'engager sans délai. Des solutions existent, le temps file, et la transition vers de nouveaux modèles doit être orchestrée, potentiellement modélisée et, à terme, faire l'objet d'une proposition de rééquilibrage du partage de la propriété intellectuelle.

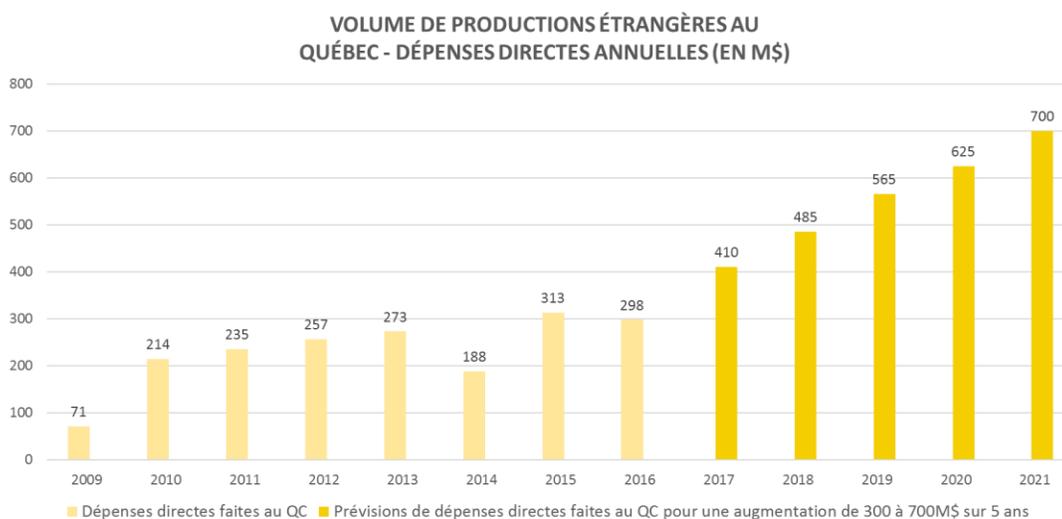
### 3. Définir nos ambitions

D'emblée, nous cherchons à accroître le volume de production de l'industrie. Pour y arriver, nous privilégions les axes de développement suivants : élargir nos auditoires à l'extérieur de nos frontières et augmenter notre capacité d'accueil relativement aux investissements étrangers.

### 3.1. Tournages étrangers

Le Québec propose une extraordinaire variété de paysages et de décors. La ville de Montréal, l'une des plus vieilles villes d'Amérique du Nord, rend possibles des tournages aux empreintes variées : urbaines ou bucoliques, modernes ou historiques, nord-américaines, européennes ou autres. Les infrastructures et les ressources, toujours à la fine pointe de la technologie, permettent également d'y réaliser des productions de grande envergure nécessitant des espaces de studio avec écran chromatique de plus de 30,000 pieds carrés.

La croissance du volume de dépenses directes effectuées au Québec par des tournages étrangers s'est effectuée depuis 2009 au gré de cycles peu prévisibles, car souvent liée au fait d'accueillir ou non un *blockbuster* à Montréal. Depuis 2015 toutefois, avec ou sans ces méga-productions, nous atteignons grâce à une plus grande diversité de produits un seuil appréciable se situant aux alentours de 300M\$ annuellement. Une indication reçue des grands studios américains lors de nos dernières missions commerciales de septembre 2016 et mars 2017 (en partenariat avec la Ville de Montréal) laisse par ailleurs entrevoir d'importantes opportunités de croissance au cours des prochaines années.



Source : Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ). *Bilan d'activités 2015-2016*. Montréal, 2016.

Dans ce contexte, l'industrie s'est fixé pour objectif, sur un horizon de trois à cinq ans, d'augmenter ce volume d'affaires annuel à 700M\$. Cet objectif est atteignable en augmentant notre capacité d'accueil en termes d'infrastructures, de main-d'œuvre et en diversifiant nos efforts de sollicitation auprès des grands studios, des producteurs indépendants, mais aussi auprès des grands producteurs de téléseries haut de gamme, segment en très forte croissance motivé par l'arrivée sur les grands marchés de nouveaux joueurs (Amazon et autres OTT).

À ce titre, il est nécessaire d'accélérer le soutien accordé à l'augmentation de nos capacités d'accueil (infrastructures), de former une main-d'œuvre qualifiée et disponible et de permettre au BCTQ d'augmenter de manière significative la fréquence, l'envergure et la diversité de ses missions

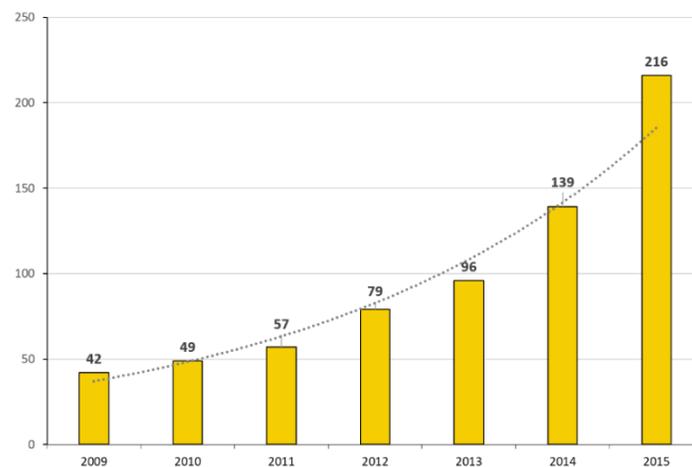
commerciales à l'étranger, et plus spécifiquement aux États-Unis. Un volume d'affaires de 700M\$ annuellement aura pour effet de générer du travail additionnel dans de nombreux secteurs de notre industrie, notamment en effets visuels, en réalité virtuelle et dans le secteur encore embryonnaire de l'enregistrement de trame sonore pour le film et la télé-série.

### 3.2. Effets visuels

Les chiffres du secteur des effets visuels ne sont pas nouveaux mais il importe de se les remettre à l'esprit : une croissance moyenne annuelle de 27% par année depuis 2009, soit de 42M\$ à 216M\$ de volume d'affaires en 2015! Peu de secteurs connaissent une pareille croissance et surtout, soutenue sur une aussi longue période.

Le Québec est l'un des pôles d'effets visuels les plus performants au monde; un lieu incontournable pour une exécution de grande classe où la diversité et la qualité des ressources disponibles sont au rendez-vous, et un écosystème qui procure une plus grande valorisation de chaque dollar investi en production.

**Évolution du volume de contrats du secteur des VFX au Québec**  
(en M\$)



Source : PWC. Étude d'évaluation du potentiel du secteur des effets visuels (VFX) au Québec, Montréal, 2014. et BCTQ. *Bilan d'activités 2015-2016*. Montréal, 2016.

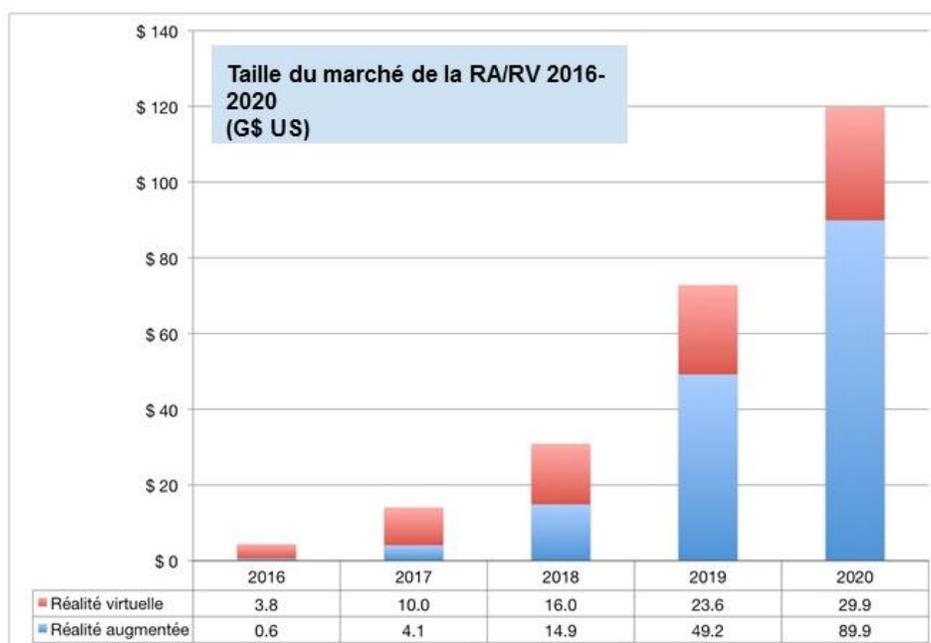
Évidemment, une pareille croissance a entraîné des problématiques de main-d'œuvre, aussi nos efforts doivent-ils se concentrer sur une plus grande fluidité dans le traitement des permis de travail accordés aux talents étrangers, sur une meilleure adéquation « formation / besoins du marché », et sur l'augmentation de la capacité de formation de la main-d'œuvre via les établissements d'enseignement existants ou l'attraction de nouvelles écoles étrangères reconnues mondialement, venant ainsi soutenir la croissance et ajouter à la profondeur et à la crédibilité de l'écosystème que nous développons.

### 3.3. Réalité virtuelle et augmentée

Par le passé, plusieurs nouvelles technologies ne furent finalement que des améliorations ou des vagues passagères. Les téléphones intelligents et les tablettes ont eu un véritable impact puisque le contenu est maintenant accessible partout et tout le temps.

La question aujourd'hui est de savoir si la réalité virtuelle/augmentée est la prochaine révolution qui va bouleverser la consommation de contenus et les modèles d'affaires, et si le Québec peut être un joueur majeur comme il l'est déjà dans les secteurs des effets visuels et du jeu vidéo.

Rappelons que selon une étude publiée par le BCTQ en février 2016, le marché combiné de la réalité virtuelle et augmentée pourrait atteindre **près de 120 G\$ US d'ici 2020**, soit 90 G\$ US pour la réalité augmentée et 30 G\$ US pour la réalité virtuelle (les analystes anticipent que des millions d'utilisateurs privilégieront la réalité augmentée car elle permet de fonctionner dans l'univers réel).



BCTQ. Étude de potentiel pour la création d'un pôle québécois d'excellence en réalité augmentée (RA) et réalité virtuelle (RV). Montréal, 2016.

Actuellement, plus d'une trentaine d'entreprises québécoises, majoritairement montréalaises, sont déjà engagées dans le développement de contenus ou de technologies RV/RA pour l'industrie audiovisuelle, et plusieurs bénéficient déjà d'une reconnaissance internationale. Ces entreprises créatives permettent à Montréal de rayonner au-delà de ses frontières et lui offrent l'opportunité de développer un nouveau créneau économique très porteur, puisque des milliards de dollars sont investis à travers le monde.

En plus de ces atouts déjà existants, Montréal et le Québec tout entier doivent donc rapidement :

- Développer une expertise poussée en RA/RV à partir de nos piliers industriels existants : la production audiovisuelle, les effets visuels, l'animation et le jeu vidéo.

- Regrouper toutes les forces en présence au Québec pour présenter une offre de calibre international et la représenter sur les marchés extérieurs.
- Mettre à jour l'arsenal fiscal du gouvernement afin de saisir une partie de ce nouveau marché mondial où le Québec peut tirer son épingle du jeu avec des emplois de qualité et une part de marché enviable.
- Attirer des grandes sociétés internationales qui souhaitent investir dans la production de contenus immersifs comme ce fut le cas récemment avec le jeu vidéo et les effets visuels.
- Encourager l'investissement dans la propriété intellectuelle liée à la technologie immersive notamment dans les secteurs du droit d'auteur, des logiciels et de la technologie.

Le Québec doit se positionner maintenant sur ce marché qui, au-delà de l'audiovisuel, aura un impact sur de multiples secteurs (jeux vidéo, santé, formation etc.) et ne pas laisser cette opportunité se développer ailleurs, car il sera ensuite très difficile de rattraper notre retard.

### 3.4. Enregistrement sonore

En collaboration avec la Guilde des Musiciens et Musiciennes du Québec, de même qu'avec des représentants de l'OSM, des compositeurs et des ingénieurs du son de plusieurs maisons réputées à Montréal, le BCTQ a travaillé au cours des derniers mois sur le projet de développer à Montréal un écosystème d'enregistrement de musique destiné à la production audiovisuelle. Celui-ci s'inscrit dans une perspective de développement économique de la filière audiovisuelle du Québec et a été développé conjointement avec les grands acteurs du milieu.

Montréal possède déjà des infrastructures de tournage et de création d'effets visuels répondant aux standards les plus élevés de la grande industrie du divertissement. L'ajout de cette offre de service spécialisée aux infrastructures existantes permettra à Montréal de développer un positionnement concurrentiel unique dans le paysage nord-américain.

Bien que les infrastructures nécessaires existent déjà au Québec, les emplois créés via cette initiative, eux, n'existent pas présentement. Pour les compositeurs, les musiciens et tout le personnel technique qui gravitera autour de cette activité, il s'agit d'une opportunité sans précédent qui permettra de développer de nouveaux créneaux d'emploi à partir d'une base de talent déjà reconnue à l'échelle internationale. En effet, la très grande qualité de nos musiciens et la reconnaissance internationale qu'ils ont déjà, via l'OSM, l'OM et l'OSQ notamment, offrent à cette initiative un *branding* hors du commun. Enfin, la collaboration avec les facultés de musique de nos grands centres universitaires viendra consolider la mobilisation de toute la communauté musicale du Québec.

Nous prévoyons dès la première année au-delà de 37 000 heures de travail pour plus de 1000 musiciens, générant plus de 3 millions de dollars de retombées économiques directes.

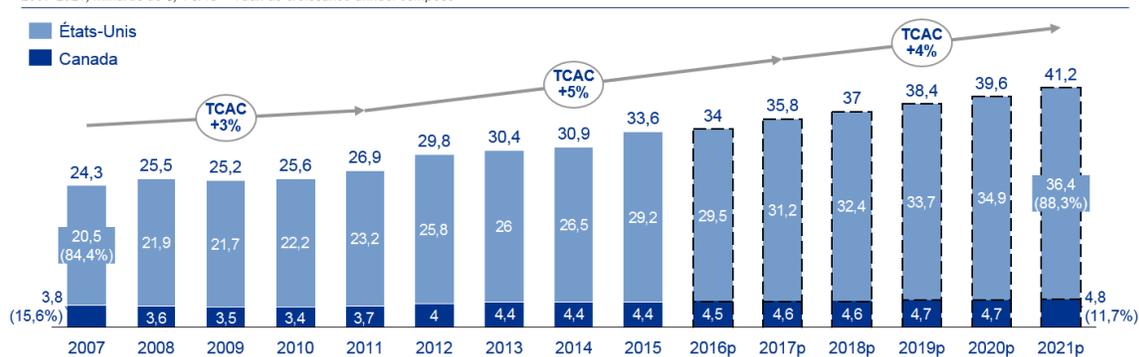
### 3.5. Commercialisation

Plusieurs productions audiovisuelles fabriquées ici sont déjà bien établies sur le marché québécois. Pour nombre de producteurs, la croissance de leur entreprise passe cependant par un plus grand

rayonnement sur les marchés internationaux. Il est donc nécessaire d'identifier les couloirs donnant accès aux marchés extérieurs tout comme il est impératif de développer des stratégies efficaces et de mettre en œuvre des actions mesurables permettant d'atteindre cet objectif à court, moyen et long terme. À l'instar des scandinaves ou des israéliens, la recherche d'une marque « Québec » originale, de grande qualité et distinctive s'impose. L'industrie audiovisuelle québécoise devra proposer des modèles de commercialisation intégrés aux pratiques des grands marchés et consolider une offre ayant le potentiel de se distinguer sur ces marchés.

La consultation nous indique que les producteurs de films souhaitent poursuivre dans le cadre actuel de soutien public le chemin déjà engagé vers une plus grande reconnaissance de leurs produits sur les marchés internationaux. Du côté de la production télévisuelle de fiction « haut de gamme », toutefois, on valorise une toute autre approche permettant d'aborder et de modifier la réalité suivante : le Canada ne participe actuellement pas à la croissance de la production télévisuelle nord-américaine.

Revenus passés et projetés de l'industrie nord-américaine de la production télévisuelle  
2007-2021, milliards de \$, TCAC = Taux de croissance annuel composé



Source : Bureau du cinéma et de la télévision (BCTQ). Mise en place d'une structure de soutien à la commercialisation et à l'exportation de productions télévisuelles québécoises : Contexte, enjeux et pistes stratégiques. Montréal. 2016.

À la lumière de ce constat, il existe une volonté de l'ensemble des acteurs de l'écosystème télévisuel de positionner le Québec de façon plus solide sur la scène internationale, en capitalisant sur l'exportation de contenu original de calibre mondial. Pour ce faire, un certain nombre de conditions sont à considérer en priorité :

- Développer un contenu de qualité et distinctif;
- Investir et prendre des risques financiers;
- Développer une masse critique suffisante et une continuité dans le temps / récurrence pour intéresser de grands acheteurs sur une base de long terme;
- Développer et partager des expertises de pointe au bénéfice de l'ensemble des partenaires et viser une professionnalisation de l'approche de démarchage, de représentation et de négociation;
- Développer des relations stables et pérennes avec les grands acheteurs et distributeurs internationaux;

- Faire connaître la marque « Québec » pour la qualité de ses contenus, son expertise, ses créateurs et ses talents.

Afin de réaliser ces objectifs, le BCTQ a initié la mise sur pied d'une table de concertation en collaboration avec la SODEC, l'AQPM et le FMC visant à identifier les solutions les plus appropriées et les plus prometteuses tout en favorisant un déploiement rapide et efficace de leur mise en place. Afin d'évaluer notre positionnement commercial actuel, nous devons mesurer l'empreinte audiovisuelle des créateurs québécois et ainsi mettre à jour la répartition de leur contribution par secteur de production, tout en mesurant la valeur ajoutée directe et indirecte pour chacun de ces secteurs<sup>3</sup>.

#### 4. Main-d'œuvre – secteur « *Live Action* »

La formation et la disponibilité de la main-d'œuvre sont des enjeux majeurs de nos sociétés qui se tournent de plus en plus vers l'économie du savoir. Ce sont donc des enjeux de concurrence internationale. Ce point est très bien exprimé par Klaus Schwab, fondateur et PDG du Forum Économique Mondial :

*Indeed, in a future of rapid technological change and widespread automation, **the determining factor** – or crippling limit – to innovation, competitiveness, and growth is less likely to be the availability of capital than **the existence of a skilled workforce**.*<sup>4</sup>

Afin d'assurer le maintien de sa compétitivité sur l'échiquier mondial, le Québec doit donc soutenir le développement des compétences de sa main-d'œuvre et sa capacité d'adaptation à travers, d'une part, la formation, et d'autre part, l'attraction de talents.

Les enjeux de main-d'œuvre dans le secteur spécifique du « *Live Action* » sont directement liés à notre objectif d'augmenter notre capacité d'accueil en matière de tournages étrangers.

À ce chapitre, face à l'éventualité d'absorber une augmentation importante de volume d'affaires au cours des prochaines années, les syndicats de la filière<sup>5</sup> répondent unanimement qu'ils pourront fournir une main-d'œuvre qualifiée répondant aux standards exigés par l'industrie. Ils assurent que leurs équipes techniques - tous secteurs confondus - ont accès à des formations répondant aux exigences des clientèles sollicitées et que les équipes seront compétentes et capables de soutenir le rythme de travail des productions télévisuelles notamment.

De plus, si un plus grand volume de travail devait se présenter, les syndicats assurent également qu'ils feront preuve de souplesse relativement aux nouveaux travailleurs, afin de ne pas placer de barrière empêchant leur entrée dans les équipes. Enfin, il est également permis à chaque

---

<sup>3</sup> Voir : Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ). *Le développement de la filière audiovisuelle du Québec : Créer de la valeur en exploitant nos actifs et en faisant rayonner notre talent ici et à l'étranger*. Montréal, 2015, p. 14

<sup>4</sup> Schwab, Klaus. *Talent versus Capital in the Twenty-First Century*. 13 mai 2015. Récupéré le 2 décembre 2016 de <https://www.project-syndicate.org/commentary/talent-capital-economic-growth-by-klaus-schwab-2015-05>

<sup>5</sup> Les syndicats de travailleurs consultés sur cette question furent les suivants : ACTRA, AQTIS, DGC, IATSE 514, IATSE 667.

technicien de travailler dans le département qu'il souhaite, offrant ainsi une certaine flexibilité pour répondre aux besoins des grandes productions. Autant de mesures permettant de garantir un accueil optimal dans le cadre d'une augmentation du volume de productions étrangères accueillies principalement à Montréal pour les prochaines années.

À l'heure où nous nous interrogeons sur les compétences et la croissance de la main-d'œuvre dans l'industrie télévisuelle et cinématographique du futur, nous devons garder à l'esprit que chaque geste que nous posons pour développer l'économie du Québec doit être accompagné d'une stratégie en matière d'éducation, de formation et d'attraction de talents, et ce pour l'ensemble des besoins de main-d'œuvre exprimés par les divers acteurs de la filière audiovisuelle.

## **5. Code vert – bonnes pratiques écologiques**

Le mythe selon lequel il coûte plus cher de « passer au vert » sur un plateau de tournage perdure en production cinématographique et télévisuelle. Cependant, les efforts déployés pour assurer une production durable progressent. La résistance du côté des décideurs est souvent reliée aux coûts.

En étroite collaboration avec le Ministère de l'environnement, la Ville de Montréal et plus spécifiquement le BCTM, le BCTQ souhaite mettre en place un chantier « Code Vert » visant à établir de bonnes pratiques de gestion écologique et à démontrer comment des mesures pro-environnementales peuvent se traduire par des économies substantielles pour les productions.

Avec une préparation adéquate pendant la pré-production, une communication efficace entre tous les partenaires et l'aide d'un éco-conseiller pour superviser les initiatives et suivre les progrès, la production audiovisuelle durable pourrait être non seulement efficace, mais s'avérer rentable pour l'ensemble de l'industrie.

Voici en substance quelques-uns des éléments sur lesquels le chantier compte se pencher : consommation d'eau, recyclage des déchets (construction, métaux, costumes, nourriture), consommation d'énergie, transport, etc.

Adopter des pratiques écoresponsables suppose d'apporter de réels changements aux pratiques et aux mentalités. Bien que plusieurs redoutent ce changement, le chantier du BCTQ pourrait aider à faire disparaître les craintes financières. En tant qu'industrie d'avant-garde, nous pouvons continuer à produire des œuvres passionnantes et réduire notre impact sur l'environnement sans pour autant sacrifier nos profits.

## **6. Chantier sur la compétitivité des différents acteurs de la Grappe audiovisuelle**

À la suite des missions économiques réalisées par le BCTQ au cours de la dernière année, il apparaît important d'évaluer chacun des secteurs d'activité composant la grappe industrielle afin de s'assurer que les pratiques et les modes de tarification sont compétitifs à l'échelle canadienne comme à l'échelle nord-américaine.

Il importe également de mettre à l'avant-plan la qualité de vie exceptionnelle qu'offre Montréal, un avantage compétitif non négligeable et encore largement méconnu des nouveaux producteurs de séries télévisées que sont Amazon, Netflix, HBO et autres nouvelles plateformes de type *OTT*.

Afin de structurer ce chantier de manière efficace, nous avons segmenté les intervenants par groupes thématiques permettant d'aborder en détail le délicat sujet de la compétitivité sur les éléments suivants :

- Diversité architecturale : assurer la promotion de la versatilité de nos lieux de tournage;
- Studios et équipement : bonnes pratiques, efficacité des processus et tarification;
- Main-d'œuvre : expertise, programme de formation et tarification;
- Services financiers : traitement du crédit d'impôt, traitement de la paie, offre d'assurances;
- Enregistrement sonore : qualité de la MO<sup>6</sup>, des infrastructures et compétitivité des tarifs.

## 7. Conclusion

Compte tenu des orientations stratégiques du Projet de politique de développement culturel 2017-2022, notamment la volonté d'accompagner de façon plus accentuée les industries culturelles et créatives, le BCTQ souhaite que la Ville de Montréal :

1. Collabore par divers moyens (financiers, ressources humaines, expertise, etc.) aux projets pertinents qui émaneront des neuf chantiers mis en place par le BCTQ.
2. Mette en place les initiatives et infrastructures nécessaires au développement de l'industrie audiovisuelle et à la réalisation d'un volume plus élevé de tournages sur son territoire. Ceci pourra se faire notamment par:
  - Des mesures de soutien au démarrage, à l'implantation et à la croissance d'entreprises du domaine audiovisuel;
  - Un accès amélioré aux lieux de tournage municipaux, ainsi qu'au domaine public;
  - La mise en place de mesures incitatives (congé de taxes, financement à long terme, etc.) visant les entrepreneurs dans leurs efforts d'augmenter la capacité d'accueillir davantage de tournages en provenance de l'étranger, notamment des États-Unis.
  - La mise en place d'un studio extérieur permanent (*backlot*) au bénéfice de l'ensemble des producteurs locaux et étrangers.
3. Appuie le BCTQ dans la réalisation des éléments suivants, en continuité avec le Document d'orientations stratégiques que le Bureau a présenté au Gouvernement du Québec en janvier 2017 :

---

<sup>6</sup> Main-d'œuvre

- Étude visant à mesurer l’empreinte audiovisuelle des créateurs québécois et ainsi mettre à jour la répartition de leur contribution par secteur de production, tout en mesurant la valeur ajoutée directe et indirecte pour chacun de ces secteurs.
  - Mise en place d’un nouveau chantier permettant de développer, voire maîtriser les questions des algorithmes de recherche sur les plateformes numériques. Ceci afin que les produits audiovisuels québécois y occupent un positionnement concurrentiel tout en préservant un accès et un espace raisonnable pour la *découvrabilité*<sup>7</sup>. Rappelons que plus de 85% de la production audiovisuelle est développée et fabriquée à Montréal.
4. Accorde, à partir de 2018, un soutien financier accru au BCTQ, reconnaissant ainsi son apport significatif au développement économique et culturel de Montréal.
  5. Poursuive, via le Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal, sa collaboration existant depuis 2006 avec le BCTQ, à tous les niveaux pertinents (ex.: accueil des producteurs, promotion de Montréal comme lieu de tournage et réflexion sur les orientations stratégiques du BCTQ).

---

<sup>7</sup> « Le CRTC l’a souligné dans la décision Parlons télé : la découverte de la programmation canadienne a acquis une importance accrue maintenant que les changements technologiques ont transformé les habitudes de consommation des auditoires et permis à des contenus de toutes origines de contourner le système réglementé de radiodiffusion. Le problème a été nommé : on l’appelle la découvrabilité des contenus. Dans les milieux de la production audiovisuelle, il est souvent considéré comme le défi prioritaire que l’industrie aura à relever au cours de la prochaine décennie. » Fonds des médias du Canada. *Découvrabilité, vers un cadre de référence commun*. 2016.