
**MÉMOIRE POUR LES CONSULTATIONS
PRÉBUDGETAIRES EN PRÉVISION DU
BUDGET DE 2020 PRÉSENTÉ AU
COMITÉ PERMANENT DES FINANCES
DE LA CHAMBRE DES COMMUNES**

Le 2 août 2019

ACTRA

- **Recommandation 1** : Le gouvernement devrait exiger que tous les services offrant une programmation en ligne aux Canadiens, y compris les services par contournement (SPC) et les services de diffusion de musique en continu, soient tenus de :
 - a. s'inscrire, percevoir et verser la TPS/TVH sur leurs abonnements au Canada et payer l'impôt sur les revenus réalisés au Canada;
 - b. verser un pourcentage approprié de leurs recettes brutes provenant de leurs activités en matière de radiodiffusion liées à la création d'émissions audiovisuelles et musicales canadiennes par l'entremise d'un fonds public.

- **Recommandation 2** : Le gouvernement devrait augmenter le financement accordé au Fonds des médias du Canada (FMC) et à Téléfilm Canada, deux moteurs artistiques et économiques qui permettent de faire connaître les produits culturels canadiens partout dans le monde, tout en stimulant la création d'emplois au Canada.

- **Recommandation 3** : Le gouvernement devrait continuer de fournir un financement stable aux institutions et aux programmes publics, comme CBC/Radio-Canada et l'Office national du film, qui contribuent à stimuler et à soutenir notre économie numérique.

Qui nous sommes

La présente est une réponse de l'ACTRA (Alliance of Canadian Cinema Television and Radio Artists) à la demande de présentations du Comité permanent des finances dans le cadre de ses consultations sur le budget fédéral de 2020. L'ACTRA représente le point de vue de plus de 25 000 artistes professionnels qui travaillent dans le secteur des médias d'enregistrement d'expression anglaise au Canada. Depuis plus de 75 ans, l'ACTRA représente les artistes de la scène qui vivent et travaillent dans tous les coins du pays et qui jouent un rôle crucial en donnant vie aux histoires canadiennes dans les films, à la télévision, dans les enregistrements sonores, à la radio et dans les plateformes numériques.

L'importance de l'industrie du film et de la télévision pour l'économie canadienne

L'industrie canadienne du film, de la télévision et des médias numériques est florissante et pourrait jouer un rôle économique encore plus important à l'avenir. L'industrie crée des emplois haut de gamme, propres et verts, qui sont essentiels à notre croissance économique et à notre viabilité. En 2017-2018, l'industrie de la production cinématographique et télévisuelle (8,92 milliards de dollars) a procuré 179 500 emplois équivalents temps plein dans toutes les régions du pays, apportant 12,77 milliards de dollars au PIB nationalⁱ.

Il y a au Canada autant de productions étrangères que nationales. Bien que le volume total de la production cinématographique et télévisuelle ait augmenté de 5,9 % par rapport à l'année précédente, la quasi-totalité de cette croissance était attribuable à une augmentation de la production étrangère. En 2017-2018, la production canadienne de longs métrages a également augmenté de 13,9 % pour se chiffrer à 17 millions de dollars. Ces hausses ont toutefois été partiellement atténuées par une diminution de 309 millions de dollars de la production télévisuelle canadienne et une diminution de 201 millions de dollars de la production interne des radiodiffuseursⁱⁱ. Outre la valeur commerciale, ces productions canadiennes revêtent également une profonde valeur sociale et culturelle. Les professionnels qui occupent ces emplois de grande valeur produisent des émissions qui présentent aux téléspectateurs canadiens le point de vue canadien sur notre pays, notre monde et la place que nous occupons dans celui-ci.

Ce mémoire porte sur les mesures qui pourraient avoir une incidence positive sur le secteur du cinéma, de la télévision et des médias numériques et appuyer la transition du Canada vers une économie plus diversifiée et à faibles émissions de carbone.

Financement durable pour la production de films et de télévision

L'ACTRA s'est réjouie de pouvoir contribuer aux travaux du Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications lorsqu'il a été lancé en 2018. Pour les artistes canadiens de la scène, la modernisation de notre cadre législatif est primordiale. L'industrie canadienne du film et de la télévision a évolué et pris de l'ampleur grâce à la vision énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*, une vision qui accorde la priorité au contenu canadien et fait en sorte que les radiodiffuseurs participent à sa production.

Tout le monde comprend que l'industrie mondiale de la télédiffusion vit des changements fondamentaux, et le Canada ne fait pas exception. Les modèles d'entreprise qui ont présidé à l'avènement et au soutien la

télévision pendant plus de 50 ans sont en train de s'effondrer. De plus en plus, les radiodiffuseurs canadiens font face à une concurrence en ligne non réglementée qui s'empare peu à peu de leurs auditoires.

Les Canadiens sont aussi plus nombreux à regarder des émissions par l'entremise de diffuseurs Internet. Selon un sondage Angus Reid, le pourcentage de personnes qui détiennent un abonnement à un service de télévision (par satellite ou câble) n'a cessé de diminuer, passant de 88,3 % en 2012 à 71 % en 2016 (date la plus récente pour laquelle les données de Statistique Canada sont disponibles)ⁱⁱⁱ.

Le Canada se classe au troisième rang mondial pour ce qui est du nombre d'abonnés à Netflix (devancé uniquement par les États-Unis et la Norvège). Plus de la moitié (56,3 %) des Canadiens regardent Netflix au moins une fois par mois.

De nombreuses autres administrations doivent composer avec ces difficultés dans leurs efforts visant à maintenir la durabilité des industries nationales de la production de film et de télévision. À l'échelle internationale, les services Internet sont de plus en plus assujettis à des règles et des règlements et doivent payer des impôts.

Au début de 2018, la Commission européenne a publié des propositions pour l'imposition d'une taxe sur les revenus de toutes les grandes entreprises Internet. Bien qu'il soit peu probable que ces propositions aient l'appui unanime des 28 pays membres (y compris le Royaume-Uni), quatre États de l'Union européenne (UE) ont déjà adopté de telles taxes et le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Italie envisagent d'établir leur propre taxe numérique.

En juillet 2018, l'Australie a exigé que les entreprises étrangères imposent la taxe sur les produits et services sur les services importés et les produits numériques fournis aux consommateurs australiens. L'Argentine, le Brésil, le Japon, la Nouvelle-Zélande, l'Afrique du Sud, Taïwan, la Russie et plusieurs États américains imposent également des taxes de vente.

En juillet 2019, les ministres des Finances du G7 ont conclu une entente de principe « pour taxer les activités sans présence physique, en particulier les activités numériques ». Il faut encore poursuivre les pourparlers avec d'autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) avant de mettre en œuvre ces mesures.

En ce qui concerne les services par contournement (SPC) et les autres services de radiodiffusion sur Internet, l'UE est plus avancée. À l'automne 2018, les trois piliers de la structure de gouvernance de l'UE ont approuvé une nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels, qui vise à « renforcer la compétitivité du secteur audiovisuel européen et ainsi promouvoir la diversité culturelle européenne et le patrimoine culturel de l'Europe ». Lorsque la directive sera officiellement publiée, les États membres auront 21 mois pour se conformer aux règlements.

En vertu de la directive, les services de vidéo à la demande, dont Netflix et Amazon Prime Video, doivent consacrer au moins 30 % de leur catalogue au contenu européen. Les plateformes de vidéo à la demande doivent également contribuer au développement des productions audiovisuelles européennes, soit par un investissement direct dans le contenu, soit par une contribution aux fonds nationaux. Le niveau de contribution

dans chaque pays sera proportionnel aux recettes liées aux services à la demande dans ce pays. Quoique d'aucuns soutiennent que les services pourraient respecter le quota en partie en réduisant l'offre d'émissions dans les Amériques et en Asie, Netflix a annoncé qu'il adhèrera « à contrecœur » aux nouvelles règles.

Les États membres de l'UE qui le souhaitent peuvent augmenter le quota européen de vidéo à la demande jusqu'à 40 % ou fixer un sous-quota moindre pour le contenu national. L'option d'un fonds de soutien des productions cinématographiques est déjà mise en place en Allemagne, depuis que Netflix a perdu une action en justice pour avoir exigé une contribution de 2,5 % des recettes générées par ses abonnés allemands au programme de subventions du pays. En France, les services par contournement doivent offrir non seulement un contenu français et européen important dans leurs catalogues, mais ils sont également tenus d'avoir un espace pour ce contenu et de le promouvoir activement sur leurs sites Web. Il leur faut aussi contribuer à la Commission nationale du film de la France. Netflix ayant récemment fait son premier versement au fonds, nous savons qu'il se conformera à ces lois au lieu de simplement se retirer de ce marché.

Le Canada appuie depuis longtemps la production de contenu canadien, compte tenu des avantages sociaux, économiques et culturels. Nous devons continuer d'investir financièrement dans la production de contenu canadien et d'appuyer nos artistes, nos créateurs et nos producteurs dans leur mission de faire connaître nos histoires et nos points de vue aux auditoires canadiens et étrangers. Les fonds de production, comme le FMC, offrent des sources de financement importantes pour le secteur de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Bien que les radiodiffuseurs classiques soient tenus de contribuer à ces fonds, depuis 1999 les diffuseurs numériques et Internet comme Netflix, Amazon Prime et Google en ont été exemptés en vertu de l'ordonnance d'exemption du CRTC relative aux médias numériques. Près de deux décennies plus tard, il ne fait plus aucun doute que la situation est insoutenable. L'ACTRA croit que nous devons continuer d'avoir des programmes de financement gouvernementaux, des partenariats public-privé et des organismes de financement créés par l'obligation pour les entreprises du secteur privé d'investir dans le contenu canadien.

Les programmes de financement doivent s'aligner sur l'évolution des industries de la radiodiffusion et de la production ainsi que sur celle des nouvelles technologies. L'un des principaux problèmes à régler est le fait que le chiffre d'affaires des câblodistributeurs continue de diminuer, tout comme leur contribution à la production de contenu canadien. Le budget du FMC a diminué de 5,8 % en 2017 en raison de cette situation et la réduction se poursuivra au cours des années à venir.

Netflix et d'autres services de diffusion en continu par contournement étrangers sont les plus récents perturbateurs de marché, et la concurrence de ces services étrangers ne devrait qu'augmenter. NBCUniversal, Disney, Apple et WarnerMedia ne sont que quelques-unes des sociétés américaines qui lanceront des services de diffusion en continu au cours de la prochaine année. Les services par contournement étrangers continuent de jouir d'un puissant avantage concurrentiel par rapport aux services canadiens semblables. Ils ne perçoivent pas et ne versent pas la taxe sur les produits et services (TPS), ni les taxes à la consommation provinciales pertinentes (TVP/TVH); ils ne sont pas assujettis aux règles sur le contenu canadien ou aux exigences en matière de dépenses et ils ne contribuent pas à la production de contenu canadien.

Les revenus de Netflix au Canada, par exemple, étaient estimés à 709 millions de dollars en 2016. En supposant un taux pondéré TPS/TVH de 11 % et un taux de cotisation de 5 % à un fonds de production

canadien, Netflix aurait dû verser plus de 113 millions de dollars à nos gouvernements et aux fonds de production cette année-là seulement. À mesure que les revenus de Netflix augmenteront au cours des cinq prochaines années suivant l'accroissement du nombre de ses abonnés et des frais d'abonnement, le montant des recettes perdues augmentera également.

La réticence d'Ottawa à imposer une taxe aux fournisseurs étrangers de contenu numérique et vidéo en continu a coûté au gouvernement fédéral 169 millions de dollars en recettes de la TPS, selon les rapports du printemps 2019 du vérificateur général (taxation du commerce électronique)^{iv}.

RECOMMANDATION :

Le gouvernement devrait exiger que tous les services offrant une programmation en ligne aux Canadiens, y compris les services par contournement (SPC) et les services de diffusion de musique en continu, soient tenus de :

- a. s'inscrire, percevoir et verser la TPS/TVH sur leurs abonnements au Canada et payer l'impôt sur les revenus réalisés au Canada;
- b. verser un pourcentage approprié de leurs recettes brutes provenant de leurs activités en matière de radiodiffusion liées à la création d'émissions audiovisuelles et musicales canadiennes par l'entremise d'un fonds public.

Le fait que des émissions canadiennes originales comme Letterkenny, Anne with an E, Kim's Convenience et Schitt's Creek aient réussi à trouver des auditoires chez nous et partout dans le monde est en grande partie attribuable au FMC. En 2017-2018, le financement du FMC a donné lieu à un volume de production de 1,4 milliard de dollars à l'échelle du pays et à la création de plus de 171 000 emplois^v.

L'an dernier, Téléfilm Canada a célébré plus de 50 ans de succès. Même si le mandat et les priorités de Téléfilm Canada se sont élargis au fil des ans (p. ex. communautés autochtones et diversifiées, parité hommes-femmes, producteurs émergents, commercialisation, promotion, découverte, innovation, coproduction et exportations), son crédit parlementaire n'a pas augmenté depuis 15 ans. Compte tenu de l'inflation, son « pouvoir de dépenser » aujourd'hui est le même qu'en 2002-2003, de sorte que sa capacité de soutenir l'industrie a diminué considérablement au fil du temps. Le soutien à la production de Téléfilm Canada est l'un des principaux facteurs qui permettent d'obtenir d'autres sources de financement au pays et à l'étranger.

RECOMMANDATION :

Le gouvernement devrait augmenter le financement accordé au Fonds des médias du Canada et à Téléfilm Canada, deux moteurs artistiques et économiques qui permettent de faire connaître les produits culturels canadiens partout dans le monde, tout en stimulant la création d'emplois au Canada.

CBC/Radio-Canada et l'Office national du film sont des acteurs essentiels de l'économie canadienne, qui stimulent la création d'emplois et d'entreprises partout au Canada, en plus de produire un contenu exclusivement canadien.

RECOMMANDATION :

Le gouvernement devrait continuer à fournir un financement stable aux institutions et aux programmes publics, comme CBC/Radio-Canada et l'Office national du film, qui contribuent à stimuler et à soutenir notre économie numérique.

ⁱ Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM), [Profil 2018 : Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada](#), produit en collaboration avec l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada.

ⁱⁱ *Ibid.*, p. 8.

ⁱⁱⁱ Angus Reid Institute, [Pulling the plug: Three-in-ten Canadians are forgoing home TV service in favour of online streaming](#), 18 octobre 2018.

^{iv} Bureau du vérificateur général du Canada, [Rapports du printemps 2019](#), 7 mai 2019.

^v Fonds des médias du Canada, [Message de la présidente et chef de la direction](#).