
LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE AU QUÉBEC

Rapport et recommandations
du Forum sur le développement du doublage
à M^{me} Christine St-Pierre, ministre de la Culture, des
Communications et de la Condition féminine

16 avril 2010

INTRODUCTION

Le 29 avril 2008, la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) annonce qu'elle confie au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) un mandat de promotion et de représentation de l'industrie québécoise du doublage, incluant la création et l'animation d'un forum de discussion sur le développement de cette industrie. Un budget de 100 000 \$ a été alloué au BCTQ pour réaliser ce mandat. D'autre part, la ministre accordait au Conservatoire d'art dramatique et de musique de Montréal des crédits supplémentaires de 50 000 \$ pour moderniser ses équipements et de 100 000 \$ durant cinq ans pour renforcer la formation en doublage.

Le Forum sur le développement du doublage (Forum) regroupe 16 membres parmi les principaux intervenants de l'industrie : entreprises de doublage, distributeurs américains (*Majors*) et canadiens, associations syndicales, radiodiffuseurs ainsi que le MCCCF et les sociétés d'État concernées.

Pour alimenter sa réflexion et identifier des pistes de solutions afin de maximiser le potentiel de développement de l'industrie, six groupes de travail ont procédé à un examen en profondeur des mesures autour des thématiques suivantes : le marché du long métrage, le marché de la télévision, le crédit d'impôt remboursable du gouvernement du Québec sur le doublage, les allègements tarifaires, les autres mesures incitatives et la formation.

Le présent rapport présente une synthèse des travaux réalisés par le Forum et ses groupes de travail, des priorités d'action identifiées, des recommandations à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine ainsi que les grandes lignes d'un plan d'action du BCTQ pour 2010-2011.

Le bilan de plus d'une année de travaux entre les partenaires de l'industrie du doublage est très positif et tous s'entendent sur la nécessité de se réunir au moins une fois par année pour faire le point sur l'évolution du secteur, se concerter sur des orientations et des actions concrètes à entreprendre.

Les membres sont également unanimes à l'effet que le BCTQ poursuive ses activités de sensibilisation et de représentation, tant sur le marché domestique qu'à l'étranger, afin de promouvoir les incitatifs en place et le savoir-faire des artistes, des artisans et des entreprises québécoises du doublage.

1- L'INDUSTRIE DU DOUBLAGE EN QUELQUES CHIFFRES

L'industrie du doublage s'est développée au Québec depuis plus de 30 ans. Elle compte une quinzaine d'entreprises regroupées sous l'Association nationale des doubleurs professionnels (ANDP) qui emploie 800 professionnels et artistes (techniciens, adaptateurs, comédiens, etc.)

L'ANDP évalue le chiffre d'affaires de l'industrie à 24 millions de dollars, en tenant compte des contrats de doublage effectués pour des projets qui ne sont pas admissibles au crédit d'impôt remboursable pour le doublage.

En 2008-2009, selon l'Observatoire de la Culture et des Communications du Québec (OCCQ), la valeur totale des contrats de doublage a atteint 18,5 M \$, dont 9,3 M \$ constituent des dépenses de main d'œuvre admissibles. De ce montant, plus de 5,5 M \$ ont été alloués à la rémunération des comédiens. La valeur estimée du crédit d'impôt remboursable s'élevait 2,1 M \$.

Pour cette même année, les films destinés au cinéma représentent 38 % des contrats de doublage, ceux destinés à la télévision 56 % et ceux destinés au marché des vidéoclubs 6 %.

2- LE LONG MÉTRAGE DE FICTION

En 1998, la part de marché des films en version originale anglaise destinés à une exploitation commerciale en salles dont le doublage a été réalisé au Québec était de 59 %. Le doublage des films distribués dans ce marché par les grands studios américains continue de croître. De 77 % en 2007, la proportion de films doublés au Québec est passée à 81 % (64 films sur 79) en 2008 et 81 % (68 films sur 84) en 2009.

Quatre des six grands studios affichent un taux de doublage variant de 76 % à 100 %. Les résultats des deux studios qui, historiquement, font moins doubler au Québec, s'améliorent sensiblement depuis 2007. En effet, Fox est passé de 56 % en 2007 à 71 % en 2009 et Paramount est passé de 38 % à 56 %.

Plus récemment, on observe une baisse du nombre de films exploités en salles en provenance des grands studios. Cette tendance est due à différents facteurs, autant structurels que circonstanciels, dont notamment la grève des scénaristes d'il y a quelques années, l'effet de la récession, la rationalisation de l'industrie et les studios qui recentrent leurs activités pour conserver seulement les plus lucratives.

Constats

- Le doublage en français au Québec demeure avant tout une décision économique, quel que soit le distributeur. Les films à fort tirage destinés au grand public sont à quelques exceptions près, doublés ici.

- Les six membres de l'Association canadienne des Distributeurs de Films (Canadian Motion Picture Distributors Association - CMPDA) opèrent de façon indépendante et, à titre de concurrents, chacun essaie de présenter au public ses préférences en matière de divertissement. Ils sont tous sensibles au marché québécois et ils partagent la même envie de plaire au plus grand nombre de consommateurs. Ainsi, bien qu'une variété de facteurs influence la décision de doubler un film particulier spécifiquement pour le marché du Québec, la considération économique est prédominante.
- Lorsqu'un film n'est pas doublé au Québec à l'occasion de sa projection en salle, il est rare que ce film soit doublé au Québec avant sa diffusion sur le marché de la vidéo. De tels cas d'exception ne devraient pas être considérés comme habituels ni retenus pour prévisions éventuelles.
- La décision de doubler un produit destiné au marché de la vidéo est fondée principalement sur un certain nombre de facteurs économiques. Chaque film est évalué de façon spécifique. Toutefois, lorsqu'il est décidé de doubler une œuvre qui fait partie d'une série ou d'une franchise (« Sequel ») habituellement les voix utilisées pour les œuvres antérieures continueront à l'être.
- Ainsi, pour le CMPDA, le choix de doubler un film ici ou à l'étranger, est une décision d'affaires basée sur la rentabilité, l'expectative de revenus sur le marché québécois et la plus value qu'offre le lancement d'une version française au Québec en même temps que la campagne de promotion nord-américaine. Le potentiel d'exploitation détermine l'envergure de la mise en marché prévue.
- Pour l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF), les options pour la mise en marché d'un long métrage peuvent se résumer ainsi : doubler le film au Québec et le lancer en versions anglaise et française, le lancer en version anglaise en salles en le doublant éventuellement pour la sortie DVD et sa diffusion à la télévision, accéder à une version doublée à l'étranger, ou encore, le distribuer en version originale anglaise seulement sur tous les marchés.
- Avec le rétrécissement des fenêtres de diffusion, la segmentation des auditoires et les nouvelles plateformes de diffusion, on observe, chez les distributeurs membres de l'ACDEF, une tendance à doubler des longs métrages en français uniquement pour leur exploitation en DVD et dans les autres marchés.
- Les longs métrages à plus petit budget pourraient représenter une opportunité de marché pour l'industrie à cause du volume d'activités que ces contrats peuvent générer et du fait que ces projets sont moins complexes à gérer et à réaliser.
- L'exportation des doublages québécois, principalement de l'anglais vers le français mais aussi du français vers l'anglais ou d'autres langues, est une expertise disponible au Québec.

Priorités d'action

- Minimale, maintenir la proportion de longs métrages doublés au Québec destinés aux salles en entretenant des relations d'affaires constantes avec les distributeurs, notamment avec les *Majors*.
- Développer de nouvelles avenues pour l'industrie dans le secteur du long métrage :
 - accroître la part de doublage au Québec des longs métrages distribués directement sur le marché du DVD par des actions de sensibilisation auprès des *Majors* et de l'ACDEF;
 - explorer les perspectives d'exportation des longs métrages doublés au Québec sur les autres marchés comme la télévision ou le DVD, notamment en France puisque la réglementation qui restreint l'accès du doublage ne vise que les salles de cinéma et que des versions doublées au Québec sont déjà diffusées à la télévision française.

3- LE SECTEUR DE LA TÉLÉVISION

La quasi-totalité des entreprises québécoises en doublage œuvre dans le secteur de la télévision. En 2008-2009, les contrats pour la télévision totalisaient 65 % du volume total d'activités des productions admissibles au crédit d'impôt sur le doublage, soit 12 M \$. Sur des dépenses admissibles de 6,3 M \$, la part de la rémunération versée aux comédiens atteint 61.3 %, soit près de 4 M \$, une proportion beaucoup plus élevée que celle du marché du long métrage ou du DVD.

Constats

- Le marché de la télévision en est un de volume. Le développement du marché du doublage des productions télévisuelles est essentiel pour assurer l'avenir de cette industrie au Québec.
- À partir d'une compilation effectuée par l'Union des Artistes (UDA), dont l'échantillonnage comprenait 421 séries, principalement dramatiques, diffusées au cours d'une période de plusieurs mois sur 6 chaînes spécialisées et 4 chaînes généralistes, il en ressort que :
 - 241 séries sont de provenance étrangère et 180 sont des séries canadiennes, produites en partie ou en totalité au Canada;
 - Près de 60 % des séries produites en partie au Canada et ayant bénéficié de financement public ont été doublées à l'étranger;
 - Dans les cas des séries canadiennes entièrement financées au Canada, le doublage de 25 % d'entre elles a échappé à l'industrie québécoise.
- Les séries de fiction américaines et étrangères échappent presque entièrement à l'industrie québécoise du doublage :
 - les licences des télédiffuseurs québécois pour l'acquisition d'une série déjà doublée sont équivalentes ou parfois inférieures aux coûts d'un doublage au Québec;
 - le droit de faire un doublage en français et de le distribuer est la plupart du temps accordé en amont, dès l'étape de la production ou avant son arrivée sur le marché canadien.

Concrètement, le télédiffuseur français (France Télévisions, TF1 ou autres) est habituellement le donneur d'ordre.

- Quant aux séries canadiennes, les principales difficultés rencontrées pour le doublage au Québec sont les suivantes :
 - la première vente d'une version française se fait généralement pour sa diffusion en France;
 - le manque d'information des producteurs, distributeurs et diffuseurs canadiens sur les incitatifs existants;
 - les distributeurs canadiens ne contrôlent pas toujours les droits internationaux ou canadiens francophones et il n'est pas toujours rentable de détenir uniquement les droits canadiens.

Priorités d'action

- Intensifier les démarches de sensibilisation auprès des producteurs, distributeurs et télédiffuseurs canadiens et des organismes de financement de la production, le marché canadien de la télévision étant la cible prioritaire.
- Développer les capacités d'exportation de l'industrie québécoise du doublage en faisant des représentations sur les marchés internationaux, en particulier afin de créer des partenariats pour conclure des contrats de doublage en amont, avant même l'étape de la production.

4- UNE RÉVISION DES MESURES EXISTANTES

Les réflexions autour des deux grands secteurs stratégiques dans l'industrie du doublage, le long métrage et les productions télévisuelles, particulièrement de fiction, ont mené à la nécessité d'examiner l'ensemble des mesures et programmes soutenant le doublage tant au niveau du gouvernement du Québec que celui du Canada.

4.1 Les allègements tarifaires de la Régie du cinéma du Québec

Constats

- Depuis sa mise en place, la mesure s'est avérée efficace et a contribué au développement de l'industrie du doublage. En 2008, la réduction tarifaire accordée pour les visas et les films annonces des longs métrages en salles doublés en français au Québec atteignait 2,7 M \$ et la réduction du prix des étiquettes pour les productions distribuées en DVD s'élevait à 837 000 \$.
- Dans le marché des salles :
 - plus la distribution des films de fiction est importante (50 copies et plus), plus le taux de doublage en français est élevé; le potentiel de ce marché a atteint un très haut niveau avec un taux élevé de doublage grâce aux mesures actuellement en place. Ces mesures doivent à tout le moins être maintenues et des mesures additionnelles devraient être introduites;
 - pour les films à distribution moyenne et réduite (moins de 50 copies), une diminution des tarifs, même importante, n'exercerait pas d'effet de levier auprès d'un distributeur s'il juge que le potentiel commercial d'un film est insuffisant;

- nonobstant les résultats actuels, une diminution additionnelle de la tarification pourrait générer davantage de contrats dans le segment de marché des salles et permettrait d'assurer le maintien de ces très bons résultats.
- Dans le marché DVD :
 - tout comme le marché des salles, les films à forte distribution sont déjà doublés au Québec dans une proportion optimale et le taux de doublage pour les films à très forte distribution (plus de 100 000 copies) atteint pratiquement 100 %;
 - la très grande majorité des films sur le marché de la vidéo est distribuée à moins de 10 000 copies et la disponibilité des versions en français dans cette catégorie est très faible;
 - la majorité des séries télévisées sont distribuées à moins de 10 000 exemplaires et le taux de doublage en français des séries en version originale anglaise est très faible;
 - on observe une tendance à la baisse du nombre de copies distribuées dans le marché de la vidéo et l'impact de la réduction tarifaire, telle qu'elle s'applique actuellement, deviendra ainsi rapidement obsolète;
 - un allègement tarifaire destiné au marché DVD ne constituerait pas à lui seul un levier suffisant pour augmenter de façon significative la quantité de films doublés au Québec mais pour certains films à distribution moyenne, une telle mesure pourrait occasionnellement faire pencher la balance en faveur d'un doublage. Combiné à d'autres mesures incitatives, existantes ou à venir, un allègement tarifaire pourrait ainsi avoir un impact positif sur la décision de doubler au Québec.

Priorités d'action

- Demander à la Régie du cinéma du Québec, en collaboration avec le CMPDA et l'ACDEF, de faire un état de situation précis sur les mesures tarifaires et de proposer des réductions additionnelles;
- En marge de cette problématique et face aux constats dans le secteur des séries télévisuelles sur DVD, tel que demandé spécifiquement par la ministre au président de la Régie du cinéma, en collaboration avec le CMPDA et l'ACDEF :
 - étudier la situation des pistes françaises sur les DVD mis en marché au Québec, principalement pour les séries télévisuelles.

4.2 Le crédit d'impôt remboursable (C.I.R.) pour le doublage du gouvernement du Québec

Constats

- L'aide fiscale est la principale mesure incitative pour le doublage au Québec.
- Présentement, l'aide fiscale maximale accordée aux sociétés de doublage est inférieure à celle accordée lors de l'introduction de la mesure en 1999. Des trois crédits d'impôt « culturels »

relatifs à l'industrie de la production audiovisuelle, celui sur le doublage est le seul qui n'a pas obtenu de hausse ni d'améliorations significatives depuis sa création.

- Outre les coûts de production en progression ainsi que l'intensification de la concurrence européenne, notamment la Belgique, l'industrie voit également sa marge bénéficiaire diminuée par les coûts inévitables de transformations technologiques.

Priorités d'action

- Bonifier la mesure fiscale pour permettre aux entreprises d'être plus compétitives et pour harmoniser ce crédit d'impôt avec les autres crédits d'impôt « culturels » :
 - ajouter certaines dépenses admissibles et deux autres volets afin de refléter les pratiques actuelles et l'évolution technologique;
 - hausser le taux du crédit d'impôt remboursable pour le doublage à 35 % et le plafond des dépenses admissibles à 45 %, afin de procurer une aide maximale de 15,75 % de la valeur du contrat de doublage.

4.3 Le Fonds des médias du Canada

Constats

- Le Fonds des médias du Canada (FMC) offre un programme d'aide au doublage et au sous-titrage avec une enveloppe de 1,5 M \$ annuellement.
- Ces fonds ne sont pas utilisés entièrement chaque année. Toutefois, pour 2009-2010, le montant total des demandes déposées atteindrait presque entièrement les crédits disponibles.

Priorités d'action

- Poursuivre les démarches initiées notamment par l'ANDP au cours de 2009-2010 auprès du FMC afin que :
 - le budget de ce volet d'aide en 2010-2011 demeure au même niveau, soit à 1,5 M \$;
 - l'accès au programme soit encouragé particulièrement pour les séries de fiction (dramatiques, animation et jeunesse);
 - l'ouverture aux productions destinées au marché DVD et aux productions numériques soit considérée, ce dernier secteur étant en croissance.

4.4 Téléfilm Canada

Constats

- Le programme d'aide au doublage et au sous-titrage de Téléfilm Canada, destiné aux longs métrages, semble bien fonctionner.
- Les engagements sont d'environ 500 000 \$ annuellement.

Priorités d'action

- Obtenir des statistiques plus détaillées sur les résultats de ce programme afin de mieux suivre l'évolution de la situation.
- Réviser les plafonds d'aide actuels et la participation maximale de Téléfilm Canada.

4.5 Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Constats

- Les règles du CRTC ont aussi un impact sur l'industrie du doublage : un crédit de temps de contenu canadien est attribué aux productions étrangères doublées au Canada, mais il n'existe aucune réglementation semblable pour les émissions canadiennes doublées au Canada.
- Une consultation des producteurs du Québec produisant en anglais et de l'Association canadienne des producteurs de films et de télévision (ACPFT) a permis de mieux comprendre le processus de décision de doubler ou non une production, ici ou en Europe, et l'impact qu'un crédit de temps de contenu canadien aurait sur les émissions canadiennes doublées ici. Ils affirment préférer faire doubler leurs productions ici à cause de la qualité et de la proximité du travail avec les entreprises de doublage.
- Toutefois, le doublage est une décision d'affaires basée sur la réalité du marché qui rencontre les mêmes obstacles que ceux identifiés par les distributeurs pour le long métrage. Si une série canadienne produite hors du Québec est déjà doublée à l'étranger, cette version sera diffusée ici car ni le producteur ni le diffuseur ne peut défrayer le coût d'un second doublage. Les télédiffuseurs québécois francophones ne peuvent offrir des conditions équivalentes à celles des télévisions françaises. Par ailleurs, si un producteur québécois produit une émission en anglais, il devra, par les exigences du C.I.R. du Québec, prévoir les coûts d'un doublage au Québec pour la diffuser en français au Québec.
- Les grandes chaînes françaises ont des préjugés envers le « français québécois ». Il y a un problème de perception à cet égard et la capacité de l'industrie québécoise de produire des doublages en français international de qualité n'est pas suffisamment connue.

Priorités d'action

- Répondre à l'appel d'observations lancé par le CRTC, d'ici au 30 mars 2010, visant principalement à redéfinir la notion d'émission canadienne englobant le doublage :
 - plusieurs représentants du Forum présenteront leurs propres observations, ce sujet ne faisant pas consensus, avec principalement trois positions :
 - une bonification de 100 à 125 % pour le doublage d'une série canadienne;
 - le statu quo;
 - une diminution de 100 à 75 % du contenu canadien si le doublage est fait à l'étranger.

- par ailleurs, une position commune se dégage à l'effet qu'une solution efficace réside en premier lieu dans le financement du doublage des séries de fiction canadiennes dès l'étape du financement de la production originale.

5- UN RENFORCEMENT DE LA FORMATION : LE CONSERVATOIRE DE MUSIQUE ET D'ART DRAMATIQUE DE MONTRÉAL

Constats

- Le milieu se dit extrêmement satisfait de la qualité de la formation.
- Le Conservatoire a déjà mis sur pied un observatoire sur la formation en doublage qui regroupe des formateurs, des techniciens, son équipe administrative ainsi que des membres de l'ANDP, L'UDA et la SARTEC en font maintenant partie. Cette instance se réunit régulièrement pour examiner toute question relative à la formation.
- Il y a notamment un besoin important d'interprètes de 50 ans et plus, de voix d'enfants et de perfectionnement des adaptateurs. La transformation d'un studio du Conservatoire qui ne correspond plus aux standards de l'industrie est également une préoccupation de l'industrie.

Priorités d'action

Un plan d'action est déjà en place au Conservatoire prévoyant notamment :

- Des ateliers d'entraînement pour les artistes-interprètes (« Gymnase »)

Ce projet pilote vise à maintenir et à développer les compétences acquises par les artistes-interprètes en leur permettant de pratiquer dans des conditions réelles d'enregistrement.

- L'insertion professionnelle pour les adaptateurs

La meilleure façon d'améliorer et de maintenir à niveau les compétences des adaptateurs est de compléter la formation par des stages en milieu de travail. Cette proposition a reçu l'appui de l'ANDP et ses entreprises membres vont accueillir et encadrer les finissants en adaptation.

- Transformation du studio analogique en studio numérique

Il est essentiel que les participants se familiarisent avec les outils de travail des entreprises. Il faut donc prévoir d'ici deux ans la transformation en mode numérique du deuxième studio du Conservatoire actuellement en mode analogique.

➤ Matériel audiovisuel en format numérique

Le Conservatoire doit obtenir du matériel audiovisuel récent en format numérique pour préparer les étudiants aux standards en vigueur dans l'industrie. Les représentants de l'ANDP, de l'ACDEF et de la CMPDA présents au Forum ont offert leur collaboration à la direction du Conservatoire.

6- LA PROMOTION ET LA REPRÉSENTATION : LE BCTQ

Constats

- La contribution du MCCCCF au BCTQ a permis, au cours de 2009, de réaliser plusieurs activités de promotion et de représentation : conception d'outils promotionnels, missions de sensibilisation auprès des producteurs et des décideurs de l'industrie au Canada (Banff, Toronto, Ottawa) et aux États-Unis (Los Angeles).
- Ces représentations ont été faites avec la collaboration de certains des membres du Forum et ont permis de poser les premiers jalons des priorités d'action énoncées dans le présent rapport.
- Il est probablement trop tôt pour affirmer que les démarches de sensibilisation auprès des producteurs canadiens notamment à Banff portent fruit, mais on constate une augmentation significative du nombre de demandes d'aide au doublage déposées au Fonds des médias du Canada en 2009-2010.

Priorités d'action

- Accroître les activités promotionnelles au Canada et à l'étranger afin d'encourager le développement de l'industrie du doublage au Québec. Un plan d'action préliminaire est produit en annexe incluant notamment les missions suivantes :
 - en France auprès des décideurs des grandes chaînes françaises afin de les sensibiliser à la qualité des doublages effectués au Québec;
 - à New York où sont concentrés plusieurs grands producteurs de télévision;
 - à Los Angeles, aux LA Screenings;
 - à Banff, à l'occasion du festival regroupant les décideurs et producteurs de télévision du Canada, en suivi de la mission de juin 2009.
- Mettre à jour les outils promotionnels développés en 2009-2010 (*Quebec Shooting Guide* et autres) et mettre en place de nouveaux outils de communication.
- Réunir le Forum au moins une fois par année pour suivre l'évolution des besoins du secteur dans un souci de concertation entre tous les partenaires de la chaîne.

RECOMMANDATIONS À LA MINISTRE DE LA CULTURE, DES COMMUNICATIONS ET DE LA CONDITION FÉMININE

L'ensemble des membres du Forum s'engage, chacun dans leur champ d'activité, à faire les meilleurs efforts pour favoriser le développement du doublage au Québec. Ils demandent par ailleurs à la ministre de faciliter la mise en œuvre des actions prioritaires identifiées par le Forum, telles qu'énoncées dans le présent rapport. Les recommandations suivantes touchent principalement le long métrage et les émissions de fiction destinées à la télévision aux niveaux :

A. des mesures existantes

- Sensibiliser ses homologues du ministère des Finances du Québec afin que la mesure fiscale (crédit d'impôt remboursable sur le doublage) soit révisée;
- Appuyer les démarches des intervenants de l'industrie pour améliorer les mesures incitatives pour le doublage dont les volets d'aide au doublage et au sous-titrage des longs métrages auprès de Téléfilm Canada et des productions télévisuelles canadiennes auprès du Fonds des médias du Canada;
- Intervenir auprès du CRTC (appel d'observations 2009-777) afin d'appuyer des mesures favorisant le développement du doublage au Québec;
- Diminuer les tarifs actuels de la Régie du cinéma dans le but de favoriser le développement du doublage au Québec.

B. de la formation

- Évaluer les besoins du Conservatoire d'art dramatique et de musique de Montréal afin de faciliter la transformation du studio actuellement en mode analogique, en mode numérique et renouveler, tel qu'annoncé précédemment, son appui à la formation pour une période minimale de cinq ans.

C. de la promotion et de la représentation

- Appuyer le BCTQ pour lui permettre de conduire les missions de promotion et de représentations de l'industrie au Canada et à l'étranger.

D. de la concertation

- Favoriser la tenue, au moins une fois par an, d'une rencontre des membres du Forum, mis sur pied à son initiative, et inviter ses sociétés d'État (SODEC, Régie du Cinéma) et les représentants du MCCCFF à fournir les données spécifiques afin de :
 - évaluer l'impact des mesures telles qu'elles sont appelées à évoluer;
 - étudier les enjeux importants pour le développement du doublage au Québec;
 - mettre en place des outils de cueillette de données qui permettent de « monitorer » le doublage des séries canadiennes et étrangères télédiffusées au Québec.

Liste des annexes

1 - Plan d'action du BCTQ 2010-2011

2 – Liste des membres du Forum et des groupes de travail

**BUREAU DU CINÉMA ET DE
LA TÉLÉVISION DU QUÉBEC**



PLAN D'ACTION 2010-2011

Objectifs 2010-2011

En matière de doublage, le BCTQ a pour objectif d'accroître ses activités promotionnelles, afin de poursuivre et d'encourager les activités de cette industrie dans le respect des priorités d'action identifiées par le forum au Québec. Pour le faire dans le secteur de la télévision, le BCTQ va intensifier son rôle auprès des diffuseurs canadiens et étrangers afin de promouvoir le doublage.

Les objectifs principaux sont :

- Accroître le nombre de séries canadiennes anglaises à être doublées au Québec
- Promouvoir le doublage auprès des producteurs/distributeurs américains
- Rencontrer les diffuseurs français afin de cerner la problématique du doublage québécois
- Faire un test auprès du public français pour le « *versionning* »
- Présenter les résultats aux entreprises

Les points importants des activités de promotion :

- Les mesures incitatives
- Le savoir-faire de l'industrie
- La qualité de ses artistes et des professionnels
- La qualité et l'exploitabilité du produit sur les marchés francophones étrangers

Dans le but d'atteindre les objectifs ci-haut indiqués, le BCTQ entend mettre en place les activités suivantes :

Développer une approche directe avec nos clients potentiels

Le BCTQ entend développer une approche directe avec les clients potentiels. Une liste de contacts exhaustive sera créée dans le but d'informer d'une façon périodique les producteurs

et diffuseurs des avantages à considérer le Québec comme centre de doublage pour leur produit. Des bulletins personnalisés (CRM) *Customer Relation Management Solutions* seront envoyés via e-mail. C'est une opération efficace, qui permet de garder le contact (Keep in touch !!) à peu de frais.

Activités de développement de marché et représentations

Le BCTQ veut accroître la visibilité sur les différents marchés cibles afin de promouvoir l'expertise québécoise en doublage et de générer de nouvelles opportunités d'affaires pour les entreprises œuvrant dans le secteur du cinéma, de la télévision et des plateformes numériques.

Le BCTQ participera à différents marchés ou activités, soit les plus importants concernant les objectifs identifiés. Ces marchés importants sont fréquentés par les décideurs. Ces rencontres permettront au BCTQ de promouvoir les avantages de doubler au Québec et du fait même, générer des activités économiques dans le secteur.

Objectifs

- Promouvoir les différents avantages de doubler au Québec
- L'ouverture des marchés francophones
- Contribuer à l'amélioration constante de l'offre québécoise dans le secteur

Rôle du BCTQ

Le BCTQ est responsable de la planification des rencontres avec les différents producteurs et décideurs étrangers afin de fournir tous les renseignements nécessaires pour convaincre ces derniers à considérer le Québec comme centre de doublage pour leur produit.

1. LA SCREENINGS (Los Angeles)

Les *LA SCREENINGS* est un événement annuel en mai qui réunit les diffuseurs, acheteurs, vendeurs et producteurs provenant de partout dans le monde afin de visionner les différentes nouvelles séries disponibles. C'est une excellente occasion de promouvoir en amont les avantages du doublage au Québec.

18 au 22 mai 2010

2. FESTIVAL DE BANFF (Alberta)

Notre participation à titre de partenaire présentateur en 2009 s'est soldée par d'excellents résultats et nous croyons que pour la prochaine édition, nous devons poursuivre la promotion auprès des décideurs canadiens à choisir le Québec plutôt que l'Europe pour leur doublage.

13 au 16 juin 2010

3. VISITE NEW YORK (New York)

Plusieurs grands producteurs américains de produits télévisuels sont installés à New York, le principal étant HBO. Notre objectif est de rencontrer les décideurs afin de promouvoir la qualité de nos services.

Dates à déterminer

4. PARIS – RENCONTRES GRANDS DIFFUSEURS (France)

L'objectif principal de cette opération est de rencontrer les diffuseurs français afin de connaître les différentes raisons qui motivent ces derniers à refuser les versions françaises des séries canadiennes réalisées au Québec.

Dates à déterminer

5. OUTILS DE PROMOTION

- **Québec Shooting Guide**

À nouveau cette année, nous coordonnerons la publication du «*Québec Shooting Guide*». Ce répertoire est la référence auprès des producteurs étrangers et de l'industrie québécoise. Ce guide contient les coordonnées de plus de 200 entreprises et présente les spécialisations de chacune. Chaque année, le BCTQ en distribue 3 000 exemplaires. Des envois personnalisés sont faits pour notre clientèle privilégiée. Une autre portion des guides est distribuée lors de nos présences dans les foires et marchés internationaux. Finalement, quelques centaines de copies sont distribuées dans l'industrie locale. Une publicité présentant les avantages du doublage au Québec y sera insérée en plus d'y avoir la section Dubbing.

- **Site Internet**

En 2009, nous avons ajouter un onglet «*Dubbing in Quebec*» à notre site internet www.qftc.ca. À cet onglet, nous retrouvons la liste des membres de l'ANDP. En 2010,

voulons augmenter le contenu du site pour une clientèle industrielle. Nous comptons travailler avec la Régie du cinéma, l'ANDP, la SODEC, Téléfilm Canada et le FMC afin d'enrichir le contenu. Des liens seront insérés sur le site avec les différents collaborateurs..

- **Bulletin d'information numérique périodique**

Afin d'être encore plus présent auprès des clients potentiels, nous allons publier un bulletin électronique dans lequel, on retrouvera de l'information sur le doublage au Québec.

- **« Doublé au Québec » - Plan d'intégration domestique**

Suite au dévoilement du logo lors du forum du 18 juin 2009 qui a fait consensus, il a été suggéré que le logo identifie les produits doublés au Québec. Jusqu'à ce jour, c'est uniquement sur les étiquettes des DVD que nous retrouvons la mention « Doublé au Québec ». Avec les différents partenaires, un plan d'intégration domestique sera développé au cours de la prochaine année afin de promouvoir les produits doublés au Québec auprès du public québécois.

- **Test Screening à Paris**

Afin de démystifier la perception que la version française québécoise est de moindre qualité ou qui ne convient tout simplement pas au marché français, nous voulons organiser un *Test Screening* avec du public français. À cette occasion nous allons projeter un film ou épisode de série dans les deux versions (v.f du Québec et v.f de la France). Les spectateurs vont compléter un questionnaire afin de connaître leurs impressions sur les 2 versions présentées. Par la suite, ces questionnaires seront compilés et un rapport sera émis et présenté aux différents organismes concernés.

Conclusion

Les activités identifiées dans le plan ont permis de préciser certains défis auxquels est confrontée l'industrie. Elles révèlent également l'ampleur des défis qui attendent l'équipe du BCTQ. Une estimation préalable permet d'envisager des dépenses d'environ 50 000 \$. Une aide sera demandée au MCCCCF en 2010 à cet égard.

MEMBRES DU FORUM SUR LE DOUBLAGE

Les intervenants de l'industrie :

- M. Hans Fraikin, commissaire national du Bureau du cinéma et de la télévision du Québec (BCTQ) ;
- M. Joey Galimi, président de l'Association nationale des doubleurs professionnels (ANDP);
- M. Patrick Roy, vice-président de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films (ACDEF);
- Me Jacques Laurent, représentant de l'Association canadienne des distributeurs de films (CMPDA), en remplacement de M^{me} Wendy Noss, directrice exécutive;
- M. Marcel Venne, président de l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec (APCCQ)- remplacé par la suite par M. Didier Farré;
- M. Raymond Legault, président de l'Union des artistes (UDA);
- M. Yves Légaré, directeur général de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC)
- M. Raymond Guardia, directeur régional de l'Alliance of Canadian Cinema Television and Radio Artist (ACTRA)
- M. Pierre-Louis Smith, vice-président, Politiques et agent en chef de la réglementation de l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR).

Les ministères et organismes gouvernementaux :

- M. Daniel Cloutier, directeur général des politiques de culture et de communications du ministère de la Culture, des communications et de la condition féminine du Québec (MCCCF)
- M. Jean-Philippe Normandeau, directeur général du développement stratégique et des politiques de l'aide fiscale de la SODEC;
- M. Charles Bélanger, président de la Régie du Cinéma;
- M. Raymond Cloutier, directeur du Conservatoire d'art dramatique de Montréal.

Ont également participé aux travaux du Forum :

- M^{me} Béatrice Couillard, conseillère, service de l'audiovisuel et des médias interactifs du ministère de la culture, des communications et de la condition féminine (MCCCF);
- M. Sylvain Gagné, commissaire adjoint au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec;
- M^{me} Lucille Veilleux, mandatée par le BCTQ pour la mise en œuvre du Forum et des groupes de travail.

GROUPES DE TRAVAIL

Recherche, coordination et animation des groupes de travail : Lucille Veilleux, consultante

Long métrage (Chantier 1) : 21 octobre 2009

- ANDP : Patricia Gariépy, Guylaine Chénier
- ACDEF: Xavier Trudel, Louise Belleau
- APCCQ: Didier Farré
- ACR : Johanne Saint-Laurent (Les Chaînes Télé Astral)
- CMPDA : Virginia Jones, Me Jacques Laurent
- UDA : Aline Pinsonneault, Pierre Blanchet
- Régie du cinéma : Claudine Galipeau
- BCTQ : Sylvain Gagné
- MCCCCF : Béatrice Couillard

Télévision (Chantier 2) : 13 octobre 2009

- ANDP : Joey Galimi, Guylaine Chénier, Normand Rodrigue, Patricia Gariépy
- UDA : Aline Pinsonneault et Pierre Blanchet
- ACR : Dany Meloul (Les Chaînes Télé Astral)

- ACDEF : Xavier Trudel, Louise Belleau, Isabelle Gingras
- BCTQ : Sylvain Gagné

Crédit d'impôt doublage (Chantier 3) : 12 novembre 2009

- ANDP : Guylaine Chénier (Technicolor), Réjean Brunet (Pixcom)
- SODEC : Jean-Philippe Normandeau, Ginette Bélanger
- MCCCCF : Marie-Claude Mathieu

Allègements tarifaires (Chantier 4) : 24 avril 2009

- Régie du cinéma : Charles Bélanger, Jean-Pierre Gagnon
- CMPDA : Virginia Jones, Jacques Laurent
- ACDEF : Xavier Trudel, Louise Belleau
- APCCQ : Marcel Venne, Raffaele Papalia
- ANDP : Joey Galimi
- MCCCCF : Daniel Cloutier, Marie-Claude Mathieu

Autres mesures incitatives (Chantier 5) : réunions le 15 décembre 2009, 14 janvier 2010 et le 12 février 2010

- ANDP: Joey Galimi, Patricia Gariépy, Guylaine Chénier
- UDA: Raymond Legault, Aline Pinsonneault, Pierre Blanchet
- ACR : Pierre-Louis Smith
- Chaînes Télé-Astral : Dany Meloul, Judith Brosseau
- ACDEF : Xavier Trudel, Louise Belleau
- BCTQ : Sylvain Gagné
- MCCF : Béatrice Couillard, Marie-Claude Mathieu

Personnes ressources invitées aux réunions :

- o Fonds canadien de télévision : Stéphane Consentino
- o CFPTA : Norm Bolen, Mario Mota, Michael Prupas

Formation (Chantier 6) - 29 avril 2009

- CADM : Raymond Cloutier, Hubert Fielden, Blanche Morin, Danielle Jacob
- ANDP : Joey Galimi, Pau Dion
- UDA : Aline Pinsonneault, Pierre Blanchet
- SARTEC : Huguette Gervais