

Québec in North America / Le Québec en Amérique du Nord

Hollywood Nord-Est ? La production de films nord-américains au Québec

Lauris APSE

Étudiant à la maîtrise en administration des affaires (MBA), HEC Montréal

Cette note* examine la place qu'occupe le Québec dans l'industrie nord-américaine du cinéma. En 2003-2004, le volume de la production de films et d'émissions de télévision était de 1 206 \$ millions. De ce total, 193 \$ millions étaient attribuables aux productions étrangères¹. Des 105 films étrangers tournés au Canada en 2003-2004, 93 provenaient des États-Unis².

Au Québec, le secteur du film et de la télévision a généré 32 990 emplois directs et indirects tandis qu'en Ontario, ce chiffre est de 48 100 et en Colombie-Britannique de 42 200. Des 134 700 emplois directs et indirects que ce secteur d'activité génère au Canada, 51 800 sont directs³. Les statistiques américaines révèlent que ce secteur d'activité génère 153 000 emplois aux États-Unis dont 88 500 en Californie⁴.

* Traduite de l'anglais par Joëlle Parent, étudiante à la maîtrise en études internationales à l'Université de Montréal.

¹ Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT), *Profil 2005*. (www.cftpa.ca).

² Patrimoine Canada, "Étude de la baisse de la production étrangère au Canada." (www.pch.gc.ca).

³ ACPFT, *Profil 2005*.

⁴ Gregory Freeman, Jack Kyser, Nancy Sidhu, George Huang, and Michael Montoya, *What Is the Cost of Run-Away Production? Jobs, Wages, Economic Output and State Tax Revenue at Risk*

Hollywood Northeast? North American Film Production in Québec

In English: <http://cepea.cerium.ca/article346.html>

Summary

A low Canadian dollar and competitive tax credits have created a prosperous but volatile film industry in Québec. Film and television production in Québec generated 32,990 direct and indirect full-time equivalent jobs in 2003/2004. This note describes the workflows of the North American film industry in Québec. It examines Technicolor Creative Services, a multinational film processing and distribution company with operations in Québec, and Muse Entertainment Enterprises, a production services company based in Québec.

Muse, Technicolor and their customers have located in Québec because of the low Canadian dollar, as well as provincial and federal tax incentives. The industry in which they participate has become technically competitive, producing films of the same quality as those produced in Hollywood.

The rise of the Canadian dollar, the introduction of tax incentives in American states rivalling those available in Québec, the decline in made-for-television movie audiences and an increase in protectionism of the American film industry have led to a decline in foreign location production in Québec.

Comme on peut l'observer à la Figure 1 (page 3), l'emploi relié à l'industrie nord-américaine du cinéma est distribué dans sept grands

[When Motion Picture Productions Leave California](#). California Film Commission.

Cette note fait partie de la série spéciale « Le Québec en Amérique du Nord », sous la direction de Stephen Blank, Guy Stanley et Pasquale Salvaggio. Un texte de présentation du projet peut être consulté ici :

<http://cepea.cerium.ca/article340.html>

La Chaire d'études politiques et économiques américaines (CÉPÉA; <http://cepea.cerium.ca>) est affiliée au Centre d'études et de recherches internationales de l'Université de Montréal (CÉRIUM; www.cerium.ca). La Chaire bénéficie de l'appui financier du ministère des Relations internationales du Québec (www.mri.gouv.qc.ca).

La série « Notes & Analyses » publie des notes de synthèse ou des analyses plus approfondies, en français ou en anglais, produites dans le cadre des activités de la CÉPÉA. Pour recevoir ces textes au moment de leur parution et des informations sur nos activités, inscrivez-vous à notre liste d'envoi en écrivant à : cepea@umontreal.ca.

La responsabilité éditoriale de la série est partagée par l'équipe de direction de la CÉPÉA : Pierre Martin (directeur), Michel Fortmann, Richard Nadeau et François Vaillancourt (directeurs de recherche). Le contenu des textes de cette série n'engage que leurs auteurs. © CÉPÉA 2006

centres, dont trois se situent au Canada. Le gouvernement fédéral du Canada alloue deux niveaux de crédit d'impôt à la production pour le cinéma et la télévision selon le pourcentage de contenu canadien dans la production telle quelle.

Le premier niveau d'assistance fédérale se nomme Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC). Il s'agit d'un crédit d'impôt alloué pour 25 % du coût de la main-d'œuvre canadienne. Deux types de productions remplissent ces conditions. Le premier est la production certifiée par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) qui garantit un contenu canadien tel que spécifié dans le Règlement de l'impôt sur le revenu. Le second est le traité de coproductions; le Canada a des ententes bilatérales avec plusieurs pays qui lui permet d'appliquer le CIPC à des productions qui incluent un pourcentage significatif de contenu étranger. Le gouvernement du Québec offre un crédit d'impôt semblable aux productions

québécoises pour 29 % du coût de la main-d'œuvre⁵.

Le marché de distribution des films francophones du Québec est distinct du reste du Canada. La production nationale du Canada anglais n'est généralement pas distribuée sur le marché francophone et les productions anglo-canadiennes ne sont pas populaires dans le Québec francophone. Ainsi, le Canada a deux industries intérieures qui bénéficient chacune de crédits d'impôts.

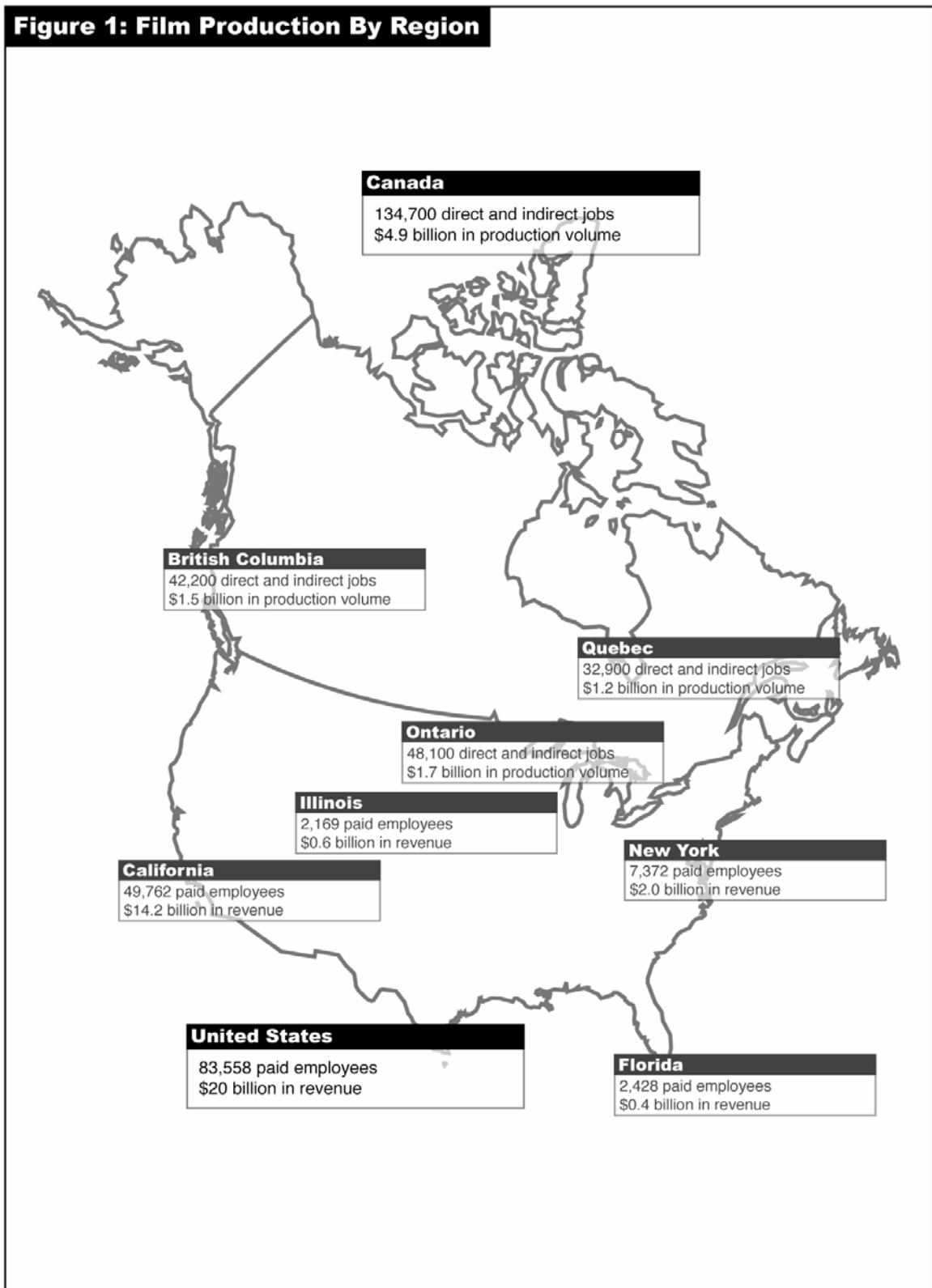
Aucune entente de coproduction n'existe entre le Canada et les États-Unis. Ce type de productions peut bénéficier du Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP). Ce crédit est offert à des firmes de production qui ont des bureaux permanents au Canada et dont leurs coûts de main-d'œuvre canadienne atteignent 16 %. Les productions étrangères filmées au Québec reçoivent ce crédit d'impôt. Le gouvernement du Québec offre un crédit d'impôt de 20 % du montant des salaires versés aux employés résidents au Québec pour des productions étrangères.

Technicolor Service Créatifs⁶

Les opérations canadiennes de Technicolor fournissent des services de post-production pour les projets de films, de télévision, de sons et de logiciels en Amérique du Nord. Technicolor n'offre pas seulement ses services à des productions locales et étrangères produites au Canada. En fait, les opérations canadiennes de la compagnie offrent des services audio-visuels à une gamme très large de clients internationaux. Des coûts d'opération peu élevés, une main-d'œuvre éduquée et des incitatifs gouvernementaux compétitifs offerts par Québec ont permis à Technicolor d'offrir des services qui ne sont pas directement reliés à la production.

⁵ Québec, Société de développement des entreprises culturelles, « Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise ». www.sodec.gouv.qc.ca

⁶ Technicolor Services Créatifs est une division de Technicolor, filiale du groupe Thomson: www.technicolor.com.



Structure

Technicolor Services Créatifs appartient totalement à Thompson, une firme française qui offre des produits et services à l'industrie des media et du divertissement. Thompson est une entreprise media intégrée verticalement ; une de ses filiales, Grass Valley Group, fabrique une partie de l'équipement de production et de studio utilisé par Technicolor.

Technicolor est séparé en plusieurs divisions selon le type de services que celles-ci offrent. Comme tout autre activité de production, celle du cinéma et de la télévision peut dépasser les frontières nationales. La structure de Technicolor présente les différentes composantes du processus de production de films au Canada. Les services de Technicolor sont séparés en quatre catégories et sont distribués dans deux emplacements au Québec, sept dans le reste du Canada, trois au Mexique, onze aux États-Unis et dix-sept en dehors de l'Amérique du Nord⁷.

Les opérations au Québec

Technicolor a des installations à Montréal et à Mirabel. L'installation de Montréal offre une large gamme de services de distributions tandis que celle de Mirabel se spécialise plutôt dans la fabrication de copie de films pour les salles de cinéma ou celle de pour la post-production. Le président actuel de Technicolor Service Créatifs au Canada, Claude Gagnon, a dit en entrevue que les activités québécoises de Technicolor totalisent 50 % des revenus canadiens de la compagnie et emploient 550 personnes à Montréal.

Deux forces reliées ensemble sont à l'origine des types de services que Technicolor offre au Québec. Le premier dépend du type et du coût de la main-d'œuvre au Québec ainsi que des subventions que la compagnie peut recevoir. Le deuxième dépend de l'emplacement des clients de Technicolor et des services que ceux-ci requièrent.

Conditions favorables au Québec

Les opportunités qui ont attiré les compagnies pharmaceutiques ou celles de développement de jeux à Montréal et qui ont amené Hyundai à construire une usine d'assemblage à Bromont ont aussi convaincu Technicolor. General Motors estime que seulement en frais d'assurance-santé, elle économise 1400 \$ par automobile assemblée au Canada⁸. La récente décision de Toyota de construire une usine à Woodstock, en Ontario, au lieu d'aux États-Unis, est basée sur les économies que la compagnie peut faire en assurance-santé et sur le fait que les travailleurs canadiens sont plus éduqués que leur homologue américain⁹.

Ces facteurs sont d'autant plus applicables à l'industrie du cinéma et de la télévision dans laquelle Technicolor œuvre pour deux raisons. Premièrement, les films, contrairement aux automobiles ou à la construction de leurs parties, engendrent peu de coûts de transport. En effet, on peut transférer les films numériquement à l'aide d'Internet. Ainsi, la proximité géographique qui encourage les constructeurs automobiles à s'installer dans le Sud de l'Ontario ne s'applique pas à Technicolor. L'industrie du cinéma et de la télévision n'est pas limitée par des conditions géographiques comme peut l'être celle de l'automobile ; Hollywood n'a pas un champ gravitationnel aussi fort que celui de Détroit.

L'éducation est la deuxième raison pourquoi le système institutionnel public du Canada offre tant d'avantages à Technicolor – la plupart des travailleurs du secteur automobile n'ont besoin que d'un diplôme d'études secondaires tandis que ceux oeuvrant dans le domaine du cinéma et de la télévision ont besoin d'un diplôme d'études collégiales ou universitaires.

La présence de Technicolor au Québec démontre qu'avant même les bénéfices d'un dollar canadien plus faible et de crédits d'impôts

⁷ Information on Technicolor based on personal interviews with company officials (For details on locations, see: www.technicolor.com/Cultures/En-US/Locations).

⁸ Dave Lindorff, "Why the Canadian Way May Be Looking Better and Better," *Treasury and Risk Management* 15.4 (2005): 38.

⁹ Paul Krugman, "Toyota, Moving Northward," *The New York Times*, 25 July 2005: A19.

compétitifs, des services publics universels et de qualité supérieure peuvent aussi attirer de bons emplois.

Incitatifs provinciaux directs

L'aide gouvernementale du Québec est la deuxième raison qui a décidé du type de services que Technicolor offre dans cette province. En 2002, la compagnie a ouvert une installation à Mirabel d'une superficie de 125 000 pieds carrés qui emploie 275 techniciens et cadres qualifiés¹⁰. Cette installation offre les services de fabrication de copie de films pour les clients nord-américains de Technicolor. Elle représentait un investissement de 45 \$ millions pour la compagnie.

Claude Gagnon a dit que l'aide financière du gouvernement a joué un rôle important dans la décision de Technicolor de s'installer à Mirabel. Lorsque le projet a été annoncé, l'ex-Premier Ministre Bernard Landry a annoncé que l'installation serait la première d'une série d'accords avec la compagnie-mère de Technicolor, Thompson¹¹.

La chaîne logistique du cinéma

Malgré la numérisation de la production cinématographique et l'importance accrue des effets spéciaux qui repoussent les limites naturelles du procédé de production, les distances physiques ont encore de l'importance. Les films étrangers produits au Québec requièrent souvent les services de Technicolor. La compagnie offre les *rushes* ou les épreuves de tournage que l'équipe de production utilise pour examiner leur travail pendant le tournage.

Malgré tout, la plupart des services offerts par Technicolor relèvent de la post-production et de la distribution. Après le montage d'un film, on ajoute les effets spéciaux et on mixe le son. En tant que maison de post-production offrant une gamme complète de services, Technicolor

offre aussi ces derniers. Elle fournit aussi des services de distribution, la prochaine étape de la production. Elle propose aussi des services de marketing, incluant la production de films-annonces, pour le marché québécois. Le versionnage, ou la création de versions différentes pour le DVD dans d'autres langues ou pour d'autres marchés, se fait aussi au Québec.

Bien que le procédé de production de films soit de plus en plus virtuel, Claude Gagnon croit que les clients de Technicolor viennent à Montréal à cause de la faiblesse du dollar canadien et des crédits d'impôts provinciaux et fédéraux.

Muse Entertainment¹²

Contrairement à Technicolor, Muse offre des services directement pour la production des films. Ces services sont reliés au tournage d'un film au Québec ou à l'assistance à la production. Les services de production que Muse offre mais dont elle ne s'occupe pas de la gestion directement, incluent les réalisations nord-américaines tournées au Québec.

Services de production

Muse a offert ses services de production à des réalisations nord-américaines récentes, incluant *The Terminal* et *The Fountain*. Le directeur du développement, Jesse Purpas, estime que 40-50 % des revenus de production de la compagnie proviennent de ce genre de réalisations. Selon Purpas, la participation à ces réalisations Hollywoodiennes apporte du prestige à l'entreprise. Comme Purpas l'a si bien dit, « ce sont ces gros projets qui amènent les vedettes au Canada et qui mettent notre compagnie sur la carte. En obtenant ces projets, on augmente notre niveau de prestige ».

Les services de production qui remplissent les conditions requises pour bénéficier de crédits d'impôts fédéraux et provinciaux en tant que productions étrangères incluent les « films de la semaine » et les séries télévisées. Muse

¹⁰ Leo Rice-Barker, "[Technicolor builds 'world's largest film lab'](#)," *Playback Magazine*, March 5 2001, p. 7.

¹¹ Id.

¹² Site Web de Muse Entertainment : www.muse.ca/3084/01_01_home.asp

fournit aussi des services de production pour ce genre de projet.

D'autres productions

Muse produit aussi des films originaux, des « films de la semaine » et des séries télévisées pour le marché intérieur et international. La supervision, et le succès avec laquelle la compagnie le fait avec de petits projets, accroît sa participation dans des plus grandes productions. Comme Purpas le note, « on est seulement aussi bon que notre dernier projet ».

Le développement de Muse d'une firme qui s'implique dans le marché intérieur de la télévision puis dans les « films de la semaine » jusqu'aux grands films pour le marché nord-américain reflète bien l'histoire de l'industrie de la production au Canada. Avec l'amélioration de la main-d'œuvre et de l'équipement utilisé au Canada, l'industrie a mûri et contribue maintenant beaucoup plus à la valeur ajoutée du processus de production en Amérique du Nord.

Les vulnérabilités de Muse

Le fait que Muse dépende tant des productions étrangères en provenance des États-Unis et des « films de la semaine » la place dans la position du canarie dans la mine de charbon quant aux difficultés qui peuvent se présenter au Québec avec les productions nord-américaines. Tandis que les productions francophones peuvent se rabattre sur les projets locaux lors de diminution de demande de volume de productions américaines, Muse ne le peut pas. Pour parer à cette lacune, Muse est en train de produire en anglais en utilisant des vedettes québécoises et s'engage dans la production télévisuelle du marché canadien.

Expliquer le succès de l'industrie québécoise du cinéma

La faiblesse du dollar canadien, les crédits d'impôts fédéraux et provinciaux et le profes-

sionnalisme des équipes de tournage sont les piliers de l'industrie québécoise du cinéma.

Faiblesse du dollar canadien

Les budgets et les revenus des films étrangers sont inscrits en dollars américains. Comme le note Jeff Purpas, « la valeur de 80 ¢ du dollar a eu un effet majeur sur l'industrie. ». Une étude du Ministère du Patrimoine canadien publiée en mars 2005 sur la baisse de la production étrangère au Canada affirme que « plusieurs facteurs peuvent expliquer la tendance à la baisse au Canada mais le plus probable d'entre eux, d'un point de vue purement économique, est la hausse du taux de change CDN/USD depuis 2003 »¹³. Conséquemment, un profil de l'industrie publié par l'Association canadienne de production de films et de télévision, l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec et le Ministère du Patrimoine canadien conclut que « Les pronostics à l'égard de la demande de prestation de services sont mauvais pour tous les intéressés »¹⁴.

L'étude du Ministère du Patrimoine canadien constate que le dollar canadien « offre encore le double de la valeur de l'euro et plus que le tiers de la livre sterling anglaise ». Toutefois, les activités de production américaine totalisent 95 % de toutes les productions internationales du Canada¹⁵. La production de films étrangers est donc très sensible à la baisse de la valeur du dollar canadien.

Qualité de la main-d'œuvre et de l'équipement

La qualité des talents de production disponibles au Québec définit le type de projet que l'industrie attire. Les productions de films et d'émissions de télévision nécessitent le même

¹³ Patrimoine Canada, « [Étude de la baisse de la production étrangère au Canada.](#) »

¹⁴ Association canadienne de production de films et de télévision (ACPFT), [Profil 2005.](#)

¹⁵ Neil Craig Associates. « [International Film and Television Production in Canada: Setting the Record Straight about U.S. Runaway Productions.](#) » octobre 2004.

type de talents pour différents projets et un bon équilibre entre des émissions de télévision, des « films de la semaine » et des films à hauts budgets permettent de soutenir les employés des différents secteurs de la province.

Au fur et à mesure que d'autres États américains et d'autres provinces canadiennes instaurent des crédits d'impôts compétitifs, l'avantage concurrentiel du Québec dépend de plus en plus de la qualité de sa main-d'œuvre. Comme Jeff Purpas le note si bien dans son entrevue, tandis que la Louisiane possède une équipe de tournage qualifiée, Montréal en compte une douzaine.

Crédits d'impôts

Selon Claude Gagnon, « s'il n'y avait pas de crédits d'impôts [provinciaux], les clients [de Technicolor] ne viendraient pas » au Québec. Purpas est d'accord en disant que « les crédits d'impôts sont très importants pour l'industrie ». La combinaison des crédits d'impôts fédéraux et provinciaux est la plus élevée parmi les centres majeurs de productions au Canada¹⁶.

Toutefois, 42 États américains tentent actuellement d'offrir des crédits d'impôts compétitifs et attirent les productions étrangères loin du marché québécois. En janvier 2005, la province a décidé d'augmenter ses crédits d'impôts alloués à l'industrie du cinéma, ce qui a permis au Québec de maintenir son attrait pour les productions nord-américaines.

L'État de New York, un des plus grands compétiteurs du Canada, a introduit un crédit d'impôt de 10 % en 2004. La Ville de New York ajoute un crédit de 5 % pour toutes les productions tournées dans la ville. Le American Jobs Creation Act du gouvernement fédéral américain permet une dépréciation accélérée des dépenses pour certaines productions aux États-Unis. L'Illinois offre un crédit d'impôt sur le coût de la main-d'œuvre de 25 %.

¹⁶ Mark Dillon, "[Montreal Flies High Again at Oscars](#)," *Playback Magazine*, March 14, 2005, p. 13.

D'autres États offrent des crédits d'impôts sur les coûts de la main-d'œuvre, des prêts de financement ou des exemptions fiscales¹⁷.

L'intégration de l'industrie du Québec

L'industrie de l'audio-visuel au Québec est intégrée, des vidéos aux jeux d'ordinateurs en passant par la télévision et le cinéma. L'industrie du cinéma elle-même est de plus intégrée au niveau du processus de production en Amérique du Nord. Ainsi, tandis que certaines autres industries sont limitées par la logistique d'être physiquement près de leur groupe, la production numérique de films est déliée de cet obstacle géographique. Cette nouvelle réalité modifie les différentes avenues qui s'offrent à Montréal pour attirer les investissements dans la production de films.

Le cinéma et la télévision

L'industrie du cinéma et de la télévision est intégrée et le développement d'une industrie télévisuel viable précède l'apparition de films locaux à gros budgets.

En 2002, une soudaine baisse de la production télévisuelle a mené l'ex-directeur du Bureau du cinéma et de la télévision de Montréal, André Lafond, à émettre l'avertissement suivant : « pour offrir un emploi régulier aux techniciens, nous avons besoin de projets de télévision et malheureusement, en ce moment, c'est là qu'il y a une crise »¹⁸. La popularité de la télé-réalité et l'absence de ce genre de production au Canada a entraîné une baisse de la production des « films de la semaine » au Québec.

Les productions étrangères comme *The Aviator* sont d'importantes vitrines pour présenter les talents des équipes de production de Montréal. Le directeur du Bureau du cinéma

¹⁷ Une liste complète des incitatifs fiscaux est incluse dans le rapport de Patrimoine Canada, "[Étude de la baisse de la production étrangère au Canada](#)."

¹⁸ Kelly, Brendan. "Few projects migrate to the north," *Variety* (New York), September 2, 2002, p. A8.

et de la télévision de Montréal, Daniel Bissonnette, a dit que *The Aviator* « a beaucoup d'impact au niveau de la promotion de notre industrie. Lorsque nous allons à Hollywood, ou lorsque [les producteurs américains] viennent à Montréal en reconnaissance, ils vont poser des questions sur *The Aviator*. Ils sauront ce que Martin Scorsese a dit de Montréal »¹⁹.

Les productions étrangères à gros budgets attirent des plus petits projets de film et de télévision. La télévision, en retour, fournit du travail régulier qui est nécessaire pour pallier aux effets cycliques et saisonniers de l'industrie du cinéma et de la télévision.

Le cinéma et les jeux vidéo

Les crédits d'impôts ont attiré l'industrie économiquement très bénéfique des jeux vidéo et d'ordinateur au Québec. Les caractéristiques qui ont fait la renommée de l'industrie du cinéma et de la télévision à Montréal ont aussi bénéficié à des compagnies comme Ubisoft. Les aptitudes et les infrastructures requises pour le design de jeux vidéo sont souvent semblables à celles utilisées dans les effets spéciaux des films.

On s'attend à ce que la présence de compagnies de jeux vidéo et d'ordinateurs à Montréal joue un rôle de plus en plus important pour l'avenir de Technicolor. Claude Gagnon affirme qu'il y a en ce moment peu d'interactions entre les compagnies de jeux et Technicolor mais que « de plus en plus, nos clients commencent à vendre et à distribuer des jeux ». Plus les budgets et les besoins techniques de l'industrie des jeux s'apparentent à ceux du cinéma, plus Gagnon croit que Technicolor sera à même « d'être la compagnie la plus expérimentée dans le monde pour l'offre de services techniques ».

Film local et étranger

Le Québec a une industrie locale du cinéma très forte qui est supportée par des hauts

revenus au box-office. L'industrie bénéficie du tournage de productions étrangères.

Les films québécois occupent 21 % du marché francophone du Québec tandis que les films canadiens en anglais ne reçoivent que 2 % des revenus du box-office canadien²⁰. *Les Invasions barbares* et *La Grande séduction*, deux films francophones, ont rapporté des revenus substantiels au Canada anglais. Cette industrie locale très forte bénéficie aux productions étrangères tournées au Québec de deux façons. Premièrement, l'industrie locale fournit du travail aux équipes de tournage pendant les baisses de productions de films étrangers. Deuxièmement, le succès des films québécois comme celui des *Invasions barbares* met en valeur la qualité des productions canadiennes. Tandis que des films comme *The Aviator* prouvent que la décision de tourner à Montréal apporte des économies tout en ne sacrifiant pas la qualité, un film comme *Les Invasions barbares* démontre que le Québec peut gérer tous les aspects du processus de la production d'un film et présenter des films compétitifs au niveau international.

Les films locaux bénéficient des productions de films étrangers tournés au Québec. L'équipement de haute qualité achetée pour ces clients peut servir pour les producteurs locaux. Gagnon croit qu'en contrepartie, « les consommateurs québécois s'attendent à la même qualité qu'ils voient dans les films nord-américains. On peut encourager la production locale parce que nous avons la technologie ». Cet accroissement de la qualité améliore les performances du box-office local, tout en renforçant la culture québécoise et en améliorant sa visibilité à l'étranger.

La production et la post-production

Les services publics disponibles aux résidents et la main-d'œuvre éduquée du Québec donnent un avantage compétitif à la province pour offrir des services de post-production.

²⁰ Matthew Hays, "[Quebec Producers look to international markets](#)." *Playback Magazine*, May 9, 2005, p. 2.

¹⁹ Mark Dillon, "[Montreal Flies High Again](#)."

Ces avantages encouragent les principaux studios d'Hollywood à choisir les compagnies de post-production du Québec afin de participer à des productions américaines, même lorsque le niveau de participation canadienne dans le projet n'est pas suffisant pour que celle-ci puisse bénéficier des crédits d'impôts canadiens ou québécois²¹. Par exemple, Hybride Technologies de Montréal a fourni les effets spéciaux de *Sky Captain & the World of Tomorrow* et de *Sin City*, mais les films ont été tournés ailleurs.

De plus en plus de films, comme *Sin City*, consacrent une plus grande portion de leur budget aux effets spéciaux et moins au tournage en tant que tel. Ces effets spéciaux sont produits numériquement et ne sont pas limités par l'aspect géographique qui s'applique d'habitude à une chaîne d'approvisionnement typique. Au fur et à mesure que la post-production s'accaparerait d'une plus grande portion des budgets des films, les distances physiques deviendraient moins importantes, et le potentiel virtuel et sans frontière des films augmenterait.

L'avenir

La production de films étrangers a chuté de 50 % en 2003-2004²². Le directeur exécutif de Téléfilm Canada, Wayne Clarkson, remarque que « de bâtir une industrie en se fiant à la production étrangère s'apparente à construire une maison sur du sable mouvant »²³. Les groupes d'intérêt liés à la production au Québec et au Canada tentent d'obtenir une plus grande protection et plus de support au niveau de leur industrie locale du cinéma et de la télévision.

Tant que les gouvernements fédéraux et provinciaux augmentent les crédits d'impôts disponibles pour les productions étrangères au Québec, alors l'écart entre les avantages économiques et les revenus fiscaux non perçus diminuera. Les avantages politiques de soutenir l'industrie du cinéma et, seulement

au Québec, les avantages culturels pour le marché local du cinéma, continueront à renforcer le besoin d'avoir des incitatifs compétitifs. Toutefois, la capacité du Québec de se spécialiser dans des étapes bien précises du processus de la production d'un film laisse croire que des incitatifs différents seront mieux à même de concentrer l'attention sur les aspects où le Québec jouit d'un avantage compétitif.

La culture distincte et forte du Québec lui permet de posséder une industrie locale viable mais qui doit compléter les productions étrangères. Les films locaux sont la base sur laquelle les productions étrangères peuvent être construites. L'industrie locale plutôt stable du Québec donnera à la province un avantage certain pour obtenir les projets de productions étrangères face aux autres provinces canadiennes et aux États américains.

En même temps, la croissance de l'industrie de la post-production et des jeux vidéo au Québec transforme la province en centre d'activités à valeur ajoutée au niveau des activités audio-visuelles. La post-production dépend aussi peu de l'environnement, paie autant et demande autant de main-d'œuvre qualifiée que le tournage mais n'est pas aussi saisonnière. Les histoires à succès comme celle d'Hybride ou les grands investissements de Technicolor indiquent que cette industrie a beaucoup de potentiel au Québec.

La production de films est à l'intersection de la technologie, du divertissement, de la culture et des affaires. Le succès continu du Québec dans l'industrie dépend de son habilité à exploiter ce qui la rend unique.

Conclusion

La participation du Québec dans l'industrie nord-américaine de la production cinématographique a des avantages économiques et culturels. L'industrie du cinéma et de la télévision a généré l'équivalent de 39 200 emplois à temps plein au Québec. Dans le reste du Canada, les productions de films

²¹ Mark Dillon, "[Montreal Flies High Again.](#)"

²² ACPFT, [Profil 2005](#).

²³ Id.

étrangers ont créé 39 % des emplois à temps plein de l'industrie du cinéma.

Le Québec joue aussi un rôle important en post-production. La main-d'œuvre bien formée et la faiblesse du dollar canadien ont encouragé les studios de production d'Hollywood qui tournent ailleurs, à employer les compagnies du Québec pour les effets spéciaux.

Du point de vue culturel, l'industrie locale du cinéma du Québec a bénéficié de cette expérience et de l'équipement obtenu grâce à sa participation à des productions nord-américaines.

Hollywood Nord-Est? La production de films nord-américains au Québec

Résumé

La faiblesse du dollar canadien et de généreux programmes de crédits d'impôt ont contribué à créer une industrie du film prospère mais vulnérable au Québec, qui a généré 32 900 emplois au Québec en 2003/2004. Cette note décrit le fonctionnement de l'industrie nord-américaine du cinéma au Québec. Elle se penche sur les cas de Technicolor Services créatifs, une multinationale qui opère au Québec, et Muse Entertainment Enterprises, basée au Québec. Muse, Technicolor et leurs clients se sont installés au Québec en raison de la faiblesse du dollar canadien, mais aussi à cause du climat fiscal favorable. L'industrie québécoise dans ce domaine est techniquement concurrentielle et capable de produire des films de qualité semblable à ceux produits à Hollywood. La hausse du dollar canadien, l'apparition d'incitatifs fiscaux dans les États américains comparables à ceux pratiqués au Québec, le déclin des films produits pour la télévision et une hausse du protectionnisme dans l'industrie américaine du film ont mené à un déclin dans les productions étrangères filmées au Québec.



Le Québec en Amérique du Nord 
Un projet dirigé par Stephen Blank et Guy Stanley,
avec l'assistance de Pasquale Salvaggio



Ce projet émane de la présence du professeur Stephen Blank en tant que chercheur invité Fulbright à l'Université de Montréal en 2004-2005. Il a co-dirigé ce projet avec Guy Stanley, assistés de Pasquale Salvaggio, à l'été et à l'automne de 2005. Le projet a été supervisé par Michael Hawes, directeur exécutif du programme Fulbright Canada-États-Unis, Jean-François Lisée, directeur exécutif du Centre d'études et de recherches internationales de l'Université de Montréal (CÉRIUM), et Pierre Martin, directeur de la Chaire d'études politiques et économiques américaines de l'Université de Montréal. Il a bénéficié de l'aide financière de la Fondation Fulbright et du CÉRIUM, (grâce à une subvention du ministère des Relations internationales du Québec).

Douze étudiants de HEC-Montréal, de l'Université de Montréal et de l'Université du Québec à Montréal ont assisté aux séminaires et préparé des notes de recherche pour ce projet. Les conférenciers invités au séminaire étaient Albert Juneau (Fédération des Chambres de Commerce du Québec), Diane Wilhelmy (ancienne sous-ministre des Relations internationales du Québec) et Konrad Yakabuski (du *Globe and Mail*).

Ces études montrent que le Québec est une source vibrante d'activité économique et culturelle qui prend une place importante sur le continent. Le Québec est un partenaire économique majeur par le biais des corridors qu'il entretient avec l'État de New York et la Nouvelle-Angleterre, en plus d'être le plus important fournisseur canadien d'électricité sur le marché nord-américain. En 2004, Le Québec était sixième parmi les pays du monde au plan des exportations vers les États-Unis et quatrième destination pour les exportations américaines. Le Mexique est le plus important partenaire du Québec en Amérique latine. Le Québec est le quatrième en Amérique du Nord pour la production cinématographique et les biotechnologies.

Les études illustrent les obstacles que le Québec doit franchir pour maintenir son rythme d'intégration au marché nord-américain. Entre autres, le Québec est vulnérable à la concurrence des autres provinces—au premier chef l'Ontario—en termes de subvention aux entreprises de biotechnologie. Le défi de gérer une entreprise qui transcende les frontières est aussi illustré par le cas de Quebecor World. L'exportation vers les États-Unis présente de plus des problèmes particuliers depuis les événements tragiques du 11 septembre 2001, tel que l'étude sur CLIC Import-Export le démontre. Ensemble, ces notes jettent un éclairage nouveau sur l'évolution de l'Amérique du Nord en tant que zone économique. Bien que le

commerce conventionnel entre firmes se poursuive entre le Québec et le reste de L'Amérique du Nord, les échanges se font de plus en plus à l'intérieur de réseaux compacts ou à l'intérieur des firmes elles-mêmes. Dans ce contexte, les obstacles au commerce entre le Québec et ses partenaires nord-américains sont autant d'entraves à la croissance économique commune dont tous dépendent.

L'Amérique du Nord atteint le point où la plupart des problèmes économiques sont partagés par les partenaires de la région, peu importe où ils surgissent. Ceci a des conséquences évidentes pour les politiques publiques et pour la capacité des gouvernements de reconnaître et de résoudre les problèmes communs.

Page Web du projet « Le Québec en Amérique du Nord »
<http://cepea.cerium.ca/article340.html>

Alain-Michel Ayache, [*Exporter aux États-Unis dans le nouveau contexte de sécurité: l'expérience de CLIC Import-Export / Exporting to the United States in the New Security Context : The Case of CLIC Import-Export*](#), Notes & Analyses # 8.

David Descôteaux, [*Quebecor World et les atouts d'une plateforme nord-américaine / Quebecor World and the benefits of a North American Platform*](#), Notes & Analyses # 9.

Lauris Apse, [*Hollywood Nord-Est? La production de films nord-américains au Québec / Hollywood Northeast? North American Film Production in Québec*](#), Notes & Analyses # 10.

Rolando Gonzalez, [*Le Québec et le secteur de la biotechnologie en Amérique du Nord / Québec and the Biotech Industry in North America*](#), Notes & Analyses (à paraître).

Minea Valle Fajer, [*Le corridor Québec-New York / The Québec-New York Corridor*](#), Notes & Analyses (à paraître).

Anne-Elisabeth Piché, [*Un partenariat en pleine expansion : les relations économiques entre le Québec et le Mexique depuis 1994 / An Expanding Partnership : Economic Relations between Québec and Mexico Since 1994*](#), Notes & Analyses (à paraître).

Jean-François Talbot, [*Branché sur l'Amérique du Nord: Hydro-Québec et l'intégration continentale dans le secteur de l'énergie / Plugged into North America: Hydro-Québec in an Integrated Continental Energy Sector*](#), Notes & Analyses (à paraître).

Sandra D'Sylva, [*Le Corridor Québec-Nouvelle-Angleterre / The Québec-New England Corridor*](#), Notes & Analyses (à paraître).

Notes & Analyses sur les États-Unis/on the USA

Cette série est publiée par la Chaire d'études politiques et économiques américaines de l'Université de Montréal (www.cepea.umontreal.ca). Elle présente des travaux de synthèse, des analyses plus approfondies et des notes de recherche sur des enjeux contemporains touchant la politique et l'économie aux États-Unis ou les relations entre le Québec, le Canada et les États-Unis.

This series is published by the Chair in American Political and Economic Studies at the Université de Montréal (www.cepea.umontreal.ca). It features short notes, analytical works and working papers on contemporary political and economic issues in the United States, or relations between Québec, Canada and the United States.

10. Lauris Apse, [Hollywood Nord-Est? La production de films nord-américains au Québec / Hollywood Northeast? North American Film Production in Québec](#), (Note), « Le Québec en Amérique du Nord / Québec in North America », mars 2006.
9. David Descôteaux, [Quebecor World et les atouts d'une plateforme nord-américaine / Quebecor World and the benefits of a North American Platform](#), (Note), « Le Québec en Amérique du Nord / Québec in North America », février 2006.
8. Alain-Michel Ayache, [Exporter aux États-Unis dans le nouveau contexte de sécurité: l'expérience de CLIC Import-Export / Exporting to the United States in the New Security Context : The Case of CLIC Import-Export](#), (Note), « Le Québec en Amérique du Nord / Québec in North America », février 2006.
7. Linda Lee, Christian Trudeau et Pierre Martin, [Délocalisation outre frontière de l'emploi : mise à jour sur l'activité législative aux États-Unis](#) (Note), septembre 2005.
6. Linda Lee, [Inventaire des politiques industrielles aux États-Unis : portrait d'un paradoxe](#) (Note), août 2005.
5. Pierre Martin and/et Christian Trudeau, [The Political Economy of State-Level Legislative Response to Services Offshoring in the United States, 2003-2004](#) (working paper / note de recherche), April/Avril 2005.
4. Richard Nadeau et Pierre Martin, [La présidentielle de 2004. Une lutte serrée, des conventions au vote... et au delà](#) (Analyse), novembre 2004.
3. Daniel Brisson, Alexandre Carette et Pasquale Salvaggio, [Élections présidentielles américaines. Comment se distinguent les candidats sur les principaux enjeux de politique étrangère ?](#) (Note), octobre 2004.
2. Linda Lee, [Les politiques d'achat chez nous à l'américaine : le retour en force des lois « Buy American » aux États-Unis](#) (Note), septembre 2004.
1. Linda Lee, [Délocalisation outre frontière de l'emploi : le point sur l'activité législative aux États-Unis](#) (Note), juin 2004.