

Recommandations de



MÉMOIRE :
CONSULTATIONS PRÉBUDGÉTAIRES DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

2021 - 2022

TABLE DES MATIÈRES

1 - Mission et contexte	2
2 - Proposition de modifications à deux incitatifs fiscaux ciblés	4
3 - La créativité numérique : un secteur d'avenir résilient	5
4 - CTMM : La définition de titres multimédias est mal adaptée à la nouvelle réalité de l'industrie	7
4.1 - Revenir aux objectifs originaux du programme	8
5 - PEEM : proposition de modification temporaire pour la production d'événements ou d'environnements multimédia hors Québec	9
6 - Un levier pour la consolidation de l'industrie de la créativité numérique et la relance	11

1 - MISSION ET CONTEXTE

L' Association des producteurs d'expériences numériques Xn Québec (anciennement connue comme le Regroupement des producteurs multimédia) regroupe les principaux acteurs de l'industrie de la créativité numérique du Québec et compte plus de 155 studios spécialisés en production de contenus pour différentes plateformes technologiques. Le spectre d'activités des membres est très large, passant par la scénographie immersive, les installations interactives dans les musées et les espaces publics, les médias numériques et la réalité virtuelle, augmentée et mixte. Xn Québec agit en tant que principal interlocuteur de ce jeune secteur auprès des institutions publiques et gouvernementales afin d'assurer la mise en place de politiques et de conditions propices à leur développement. Avec des activités de réseautage variées, des conférences, le Gala d'excellence des PRIX NUMIX, un Forum de consultation et des vitrines internationales, Xn Québec occupe maintenant une place de choix dans l'industrie de la créativité numérique québécoise.

Les studios membres de Xn Québec sont des entreprises qui utilisent la technologie comme matière première afin de créer des projets techno-créatifs qui combinent plusieurs disciplines artistiques. Leurs productions sont destinées à de nouveaux lieux, sortent du cadre des écrans et des modèles de distribution traditionnels. Continuellement en train d'innover au niveau des modèles d'affaires, des formats et de collaborations improbables, ce sont des producteurs agiles et inclusifs qui incarnent véritablement le nouveau visage de l'entrepreneuriat culturel. Par ailleurs, leur présence à l'international est partie prenante de leur modèle d'affaires : 75% des studios membres de Xn Québec exportent leurs produits et font rayonner le Québec sur différents marchés. Il est important de comprendre que c'est un secteur qui s'est bâti au départ sur la vente de services, mais qui tend à développer de plus en plus ses propres propriétés intellectuelles innovantes. Le financement de ce secteur à fort potentiel est donc de nature hybride.

Ce sont des projets qui représentent réellement l'avenir de la production culturelle. À titre d'exemple, pensez à l'illumination du pont Jacques-Cartier auquel une dizaine de studios québécois ont contribué, aux expériences multimédias dans les forêts, les zoos, aux installations interactives dans les espaces publics, les parcs, dans les musées, aux nombreuses expositions immersives, etc. Cette nouvelle offre d'expériences innovantes constitue de réels attraits touristiques pour les régions.

2 - PROPOSITION DE MODIFICATIONS À DEUX INCITATIFS FISCAUX CIBLÉS

Xn Québec intervient à l'occasion de la consultation prébudgétaire 2021 du gouvernement du Québec afin de proposer des recommandations concrètes qui portent sur deux incitatifs fiscaux, soit :

- Crédit d'impôt lié à la production de titres multimédia (CTMM)¹
- Crédit d'impôt pour production d'événements ou d'environnements multimédias présentés à l'extérieur du Québec (PEEM)².

En ce qui concerne le CTMM, nous réitérons la recommandation formulée dans notre mémoire déposé le 14 février 2020 dans le cadre des consultations prébudgétaires 2020-2021 : la modernisation des définitions, des critères d'admissibilité et des taux pour cette mesure de même que du cheminement administratif qui permet d'en bénéficier ainsi que l'examen de son effet réducteur sur les autres formes d'aide gouvernementale qu'un titre peut recevoir.

En ce qui concerne le PEEM, nous proposons une modification temporaire à appliquer en raison des conséquences de la pandémie sur le sous-secteur des événements et environnements multimédias.

Ces deux modifications auraient de nombreux impacts positifs pour la revitalisation de notre secteur, et ce, à coûts pratiquement nuls pour le gouvernement. L'accessibilité aux incitatifs fiscaux permettraient à plusieurs studios d'initier plus de productions d'envergure, de créer plus d'emplois bien rémunérés en plus de favoriser le déploiement et l'implantation de projets d'innovation culturelle partout sur le territoire du Québec. Il faut profiter du contexte exceptionnel de la pandémie et de la fermeture de nos frontières pour faire rayonner cette expertise et ce savoir-faire à l'échelle du Québec.

1 <https://www.investquebec.com/quebec/fr/produits-financiers/pme-et-grandes-entreprises/credit-d-impot/production-de-titres-multimedias.html>

2 <https://www.revenuquebec.ca/fr/entreprises/impots/impot-des-societes/credits-dimpot-des-societes/credits-auxquels-une-societe-peut-avoir-droit/credit-dimpot-pour-production-devenements-ou-denvironnements-multimedias-presentes-a-lexterieur-du-quebec/>

3 - LA CRÉATIVITÉ NUMÉRIQUE : UN SECTEUR D'AVENIR RÉSILIENT

L'industrie de la créativité numérique est en constante transformation, comporte de multiples facettes et sous-secteurs, et connaît un essor important, comme en fait foi le Premier profil de l'industrie de la créativité numérique du Québec¹, réalisé pour Xn Québec en 2019. Les constats de cette étude et notre connaissance de l'environnement et des multiples acteurs de cette industrie, permettent de mettre en lumière les éléments clés suivants :

- La croissance annuelle de ce secteur d'activité est supérieure à 10%. Les chiffres d'affaires et la rentabilité des entreprises sont tous deux en croissance. Ce taux de croissance en fait un secteur créateur de richesse, puisqu'il croît plus vite que l'ensemble de l'économie. Des emplois de qualité et bien rémunérés y sont aussi constamment créés.
- Les entreprises sont jeunes et de petite taille. Elles sont très agiles car elles font à la fois de la production originale et de service, ce qui contribue à leur autofinancement.
- Le secteur bénéficie déjà d'une reconnaissance internationale. En effet, plusieurs entreprises exportent et ce, sur tous les continents majeurs (Amérique du Nord et du Sud, Europe, Asie, Afrique et Moyen-Orient). La créativité québécoise est donc reconnue et ses produits se vendent à l'international.
- Compte tenu qu'il est à la croisée de l'économie, de la culture et de l'innovation, le secteur est à la fois générateur de valeur économique (revenus et emplois) et culturelle (valeurs, sens, identité).
- Le Québec, et en particulier Montréal, possède les matières premières essentielles pour le développement de ce secteur à long terme : une infrastructure technologique, un renouvellement constant de la créativité, de même qu'un écosystème créatif bien développé.

Grâce à leur solide base technologique, la plupart des studios ont été en mesure d'effectuer des pivots d'entreprises et de relativement bien survivre à la pandémie, grâce notamment à la subvention salariale du gouvernement fédéral qui leur a permis de conserver leurs talents à l'emploi.

¹ https://www.xnquebec.co/wp-content/uploads/2019/05/ETUDE_2018_COMPLETE_VF.pdf

Par contre, la crise sanitaire a eu pour effet de les précariser et de faire ressortir certains enjeux de sous-financement. La maintenance d'une infrastructure technologique est très coûteuse et fait en sorte que plusieurs d'entre eux ne pourront malheureusement plus demeurer compétitifs.

Parmi les enjeux récents qui confrontent le secteur, ceux-ci sont particulièrement stratégiques :

- Ce secteur, relativement nouveau, n'entre pas facilement dans les cadres de financement des institutions, avec pour résultat que peu de programmes de financement s'adressent à ses entreprises.
- L'innovation technologique est exponentielle, si bien qu'il s'avère nécessaire de mettre à jour les conditions d'admissibilités et les définitions des différents programmes de façon à les rendre inclusifs et pérennes pour les innovations de demain.
- La fermeture des frontières a eu un impact non négligeable sur leurs contrats et projets à l'international et les producteurs ont maintenant des visées davantage orientées sur les marchés locaux.

Les producteurs qui agissent dans cette industrie ont en commun de réaliser des activités commerciales impliquant la production de contenus et d'expériences grâce à des outils informatiques et des technologies numériques. Leur ressource première est la créativité humaine et leur réalité quotidienne est l'innovation.

Leur production relève du multimédia, qu'on désigne davantage aujourd'hui comme l'industrie de la créativité numérique ¹ .

Ils ont propulsé le Québec en tête de file de la créativité numérique à l'échelle mondiale et nous ne souhaitons pas perdre cette longueur d'avance développée au fil des ans.

1 https://fr.wikipedia.org/wiki/Multim%C3%A9dia#Histoire_du_mot_%C2%AB_multim%C3%A9dia_%C2%BB

4 - CTMM : LA DÉFINITION DE TITRES MULTIMÉDIAS EST MAL ADAPTÉE À LA NOUVELLE RÉALITÉ DE L'INDUSTRIE

Le CTMM a fait ses preuves, mais il est plus que temps de le réévaluer afin qu'il contribue à faire évoluer l'écosystème de la créativité numérique actuel vers un écosystème équilibré et structurant pour toutes les entreprises de la créativité numérique québécoise.

Pourtant, si le gouvernement a depuis 1996 progressivement modernisé les règles s'appliquant au CTMM, la définition de ce qu'est un titre multimédia n'a pratiquement pas changé depuis sa mise en place en 1996 :

Pour être reconnu admissible, un titre multimédia doit remplir les conditions suivantes :

- Il est produit par la société ;
- Il comporte un volume appréciable de trois des quatre types d'information suivants, présentés sous forme numérique : texte, son, images fixes, images animées. (...);
- Il est édité sur un support électronique et est régi par un logiciel permettant l'interactivité¹

En 1996, le multimédia s'incarnait essentiellement dans le divertissement, le ludo-éducatif et les ouvrages de référence, tandis que les contenus interactifs étaient distribués sur disque optique (CD et DVD), des applications et des formats en fort déclin depuis l'arrivée de l'internet, même complètement disparus dans certains cas.

À l'époque, l'industrie du jeu vidéo était embryonnaire. Si la ville de Montréal est aujourd'hui considérée comme un pôle majeur de l'industrie du jeu vidéo à l'échelle internationale, c'est en grande partie grâce à l'intervention du gouvernement du Québec et à l'instauration du CTMM qui a entraîné l'arrivée sur le territoire de plusieurs grands studios de renommée internationale dans le secteur du jeu vidéo. Grâce à cette intervention, la modeste grappe industrielle formée de quelques firmes d'animation numérique associées à la production télévisuelle et cinématographique s'est transformée en le secteur très lucratif du jeu vidéo qu'on connaît aujourd'hui.

1 <http://goo.gl/j0G4Jh>

Cette action publique a permis de valoriser les avantages concurrentiels de l'industrie québécoise (dont la main d'œuvre et l'expertise développée en cinéma et animation numérique). Les investissements étrangers, essentiellement ceux de firmes transnationales de jeux vidéo, ont permis l'arrivée de nouvelles firmes et généré la concentration d'une masse critique de main-d'œuvre qualifiée, de firmes et de fournisseurs sur le territoire de la ville de Montréal¹

Les critères d'admissibilité ouvrant droit au CTMM sont interprétés à l'aune des réalités de la production du jeu vidéo, même si ce programme n'est pas exclusivement réservé à cette production.

Pourtant, comme des membres nous l'ont signalé, les lignes directrices du CTMM peuvent laisser croire qu'un titre relevant d'autre chose que le jeu vidéo pourrait être admissible. Mais parce que ces lignes directrices sont souvent floues, elles sont ouvertes à l'interprétation, comme par exemple, en ce qui concerne la proportion des types d'information présentées sous forme numérique pour que cela constitue un "volume appréciable", ou encore la définition même de la notion d'interactivité.

4.1 - REVENIR AUX OBJECTIFS ORIGINAUX DU PROGRAMME

Selon une analyse du CIRANO réalisée en 2017, les auteurs de l'étude proposent de ramener le CTMM aux objectifs de la première version du programme, soient des objectifs davantage culturels et territorialisés qui visaient à favoriser la différenciation des produits québécois et le développement d'avantages concurrentiels ancrés dans le territoire, afin de stimuler la propriété intellectuelle québécoise dans une optique assumée de consolidation de la grappe².

Xn Québec souhaiterait également que le gouvernement se penche sur le fait que le montant de la dépense de main-d'œuvre engagée par une société admissible doit être diminué du montant de toute autre aide gouvernementale. Le gouvernement québécois fait pourtant une exception à cette règle fiscale -- qui vise à éviter le cumul de l'aide fiscale à l'égard d'une dépense pouvant donner droit à plus d'un crédit d'impôt -- dans le cas du crédit d'impôt pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise : le crédit d'impôt pour la production cinématographique ou magnétoscopique canadienne ne vient pas réduire le montant du crédit d'impôt auquel une société a droit. Cette exception s'applique également aux services de production cinématographique ou magnétoscopique.

1 [CIRANO. 2017. L'aide fiscale à l'industrie du jeu vidéo à Montréal. https://cirano.qc.ca/files/publications/2017DT-01.pdf](https://cirano.qc.ca/files/publications/2017DT-01.pdf)

2 Ibid.

Le CTMM est un levier important et il constitue un chantier prioritaire, qui interpelle le gouvernement notamment au niveau budgétaire. Un des premiers gestes à poser est de moderniser et de réviser ce crédit, pour qu'il puisse jouer pleinement son rôle. Cela inclut notamment les définitions, les critères d'admissibilité, les taux, ainsi que tout le cheminement nécessaire pour en bénéficier (il arrive que des titres soient refusés après plusieurs démarches auprès d'Investissement Québec et l'embauche de consultants spécialisés).

4 - PEEM : PROPOSITION DE MODIFICATION TEMPORAIRE POUR LA PRODUCTION D'ÉVÉNEMENTS OU D'ENVIRONNEMENTS MULTIMÉDIAS HORS QUÉBEC

Une société admissible peut, à certaines conditions, demander le crédit d'impôt pour production d'événements ou d'environnements multimédias présentés à l'extérieur du Québec (PEM) à l'égard des dépenses de main-d'œuvre admissibles qu'elle a engagées relativement à cette production. La production peut être soit un événement multimédia présenté dans un lieu de divertissement situé à l'extérieur du Québec, soit un environnement multimédia présenté à l'extérieur du Québec.

Certaines entreprises québécoises de ce type de production sont connues et reconnues à l'échelle de la planète. Elles représentent des ambassadrices formidables pour la créativité et l'innovation québécoises.

On pense d'emblée à Moment Factory¹, mais d'autres entreprises moins connues du grand public réussissent aussi très bien dans ce secteur. Il y a par exemple Silent Partners² qui se spécialise dans la production et la conception d'images et de graphiques animés pour la scène en direct et dont le contenu a été utilisé dans de nombreuses tournées mondiales et qui a collaboré avec un certain nombre d'artistes de renommée internationale (notamment Muse, Céline Dion, Selena Gomez, Katy Perry, Taylor Swift et Justin Timberlake).

Comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous extrait du rapport annuel 2019-2020 de la SODEC³, cette mesure a représenté pour le gouvernement des dépenses fiscales d'un peu plus de 12M\$ entre 2015 et 2020, pour une moyenne annuelle de 2,6M\$ (un peu plus de 3M\$ pour 2019-2020).

1 <https://momentfactory.com/home>

2 <http://silentpartnersstudio.com/fr/>

3 <https://sodec.gouv.qc.ca/wp-content/uploads/sodec-rapport-annuel-2019-2020.pdf?v=bd6e-f0ea39ad3dd229699cd87ddd611c>

MESURES FISCALES

Évolution des décisions préalables émises en fonction du montant pressenti de crédit d'impôt, 2015-2016 à 2019-2020

DOMAINE	2015 - 2016		2016 - 2017		2017 - 2018		2018 - 2019		2019 - 2020	
	Nbre	Montant (\$)	Nbre	Montant (\$)	Nbre	Montant (\$)	Nbre	Montant (\$)	Nbre	Montant (\$)
Production cinématographique et télévisuelle québécoise	534	131 450 273	550	129 605 015	573	131 912 600	599	135 447 233	575	129 789 710
Doublage de films	485	3 690 675	461	4 294 600	488	4 856 832	534	5 193 846	359	3 650 327
Édition de livres	220	7 099 562	157	6 662 256	211	8 947 171	106	4 180 201	165	5 637 932
Production d'enregistrements sonores	185	1 555 313	161	1 472 441	172	1 463 783	105	907 777	153	1 149 294
Production d'événements ou d'environnements multimédias hors Québec	49	2 052 124	34	2 005 902	53	3 517 302	53	2 893 728	59	3 080 640
Production de spectacles	344	16 665 362	330	16 568 900	422	19 973 315	302	13 790 987	386	19 241 787
Services de production cinématographique	83	113 777 303	74	193 262 284	94	208 352 920	102	246 635 841	158	370 033 199
TOTAL	1 900	276 290 612	1 767	353 871 398	2 013	379 023 923	1 801	409 049 613	1 855	532 582 889

Avec la fermeture des frontières en 2020, peu d'entreprises ont pu réaliser des projets multimédia à l'extérieur du Québec, d'autant plus que les événements et spectacles d'envergure internationale qui font habituellement appel à leurs services ont dû être annulés ou reportés à des dates ultérieures souvent repoussées de quelques années.

Il nous semble opportun de profiter de ce moment d'arrêt forcé pour revoir la structure de ce crédit d'impôt et miser - temporairement - sur le développement d'expériences multimédia ici au Québec. En plus d'inciter au respect des mesures de distanciation physique, encourager ces environnements et événements s'aligne avec la volonté maintes fois exprimée par nos institutions depuis le début de la crise sanitaire d'encourager l'achat local. Les producteurs ont par ailleurs démontré un appétit pour ces marchés.

Xn Québec recommande d'élargir - pour une période, à déterminer, qui tienne compte du contexte de la pandémie - les critères d'admissibilité au crédit d'impôt pour production d'événements ou d'environnements multimédia à ceux réalisés au Québec et pour les Québécois.

6 - UN LEVIER POUR LA CONSOLIDATION DE L'INDUSTRIE DE LA CRÉATIVITÉ NUMÉRIQUE ET LA RELANCE

La révision et la mise à jour des critères d'admissibilité pour le CTMM et la modification temporaire du PEEM devraient se faire rapidement afin de susciter la production de projets majeurs et innovants au Québec, et ainsi, de permettre une redynamisation de l'économie et d'assurer la relance, non seulement des secteurs concernés, mais également pour tous les créateurs culturels et numériques. Comme le souligne la Chambre de commerce du Montréal Métropolitain dans un rapport sur ce secteur publié en 2018¹, les secteurs qui composent le domaine de la créativité numérique sont interreliés, intègrent de plus en plus de multiples technologies et entretiennent des liens étroits avec les autres composantes de l'écosystème des industries créatives, de même qu'avec d'autres secteurs de pointe montréalais tels que l'intelligence artificielle, l'analyse des données et les technologies de l'information.

Il est aussi plus que nécessaire d'élargir et de soutenir la notion de grappe industrielle à l'industrie de la créativité numérique dans son ensemble. Le secteur de la créativité numérique se situe au sein du grand écosystème des industries créatives et inclut le jeu vidéo, mais également les effets visuels, l'animation, la réalité virtuelle et augmentée, les environnements immersifs et interactifs. Ces secteurs partagent plusieurs caractéristiques et enjeux communs ; dans ce contexte, il est naturel qu'un rapprochement s'opère entre tous ces secteurs en forte croissance, ici et partout dans le monde.²

Même dans un secteur donné, les crédits d'impôt ne s'appliquent pas à tous les genres et les disparités dans l'admissibilité aux programmes de crédits d'impôt et dans les taux effectifs des crédits versés aux différentes entreprises créatives sont régulièrement signalées par les entreprises et les dirigeants concernés. Dans le contexte où les entreprises créatives doivent élaborer de nouveaux modèles d'affaires et innover, il est primordial que les critères d'admissibilité prennent en considération les changements qui transforment l'industrie.³

1 [KPMG 2018. Industries créatives : réussir dans un environnement en mutation rapide](#)

2 Ibid

3 Ibid

Compte tenu de la jeunesse des entreprises de la créativité numérique, de même que des ressources nécessaires pour croître et pour s'imposer de façon durable sur les marchés internationaux, le secteur doit bénéficier de leviers de développement adéquats.

L'avenir économique du Québec passe notamment par le développement et par la réussite des « verticaux d'excellence », selon la terminologie même utilisée par le ministre de l'Économie. L'industrie de la créativité numérique est un de ces verticaux, au même titre que d'autres déjà bien connus. Sa réussite est cruciale pour l'enrichissement de notre société et pour le bien-être des générations montantes.

Pour information

Jenny Thibault

Directrice générale

Téléphone : (514) 434-0056

Courriel : jenny@xnquebec.co



QUÉBEC

L'ASSOCIATION
DES PRODUCTEURS
D'EXPÉRIENCES **NUMÉRIQUES**