

LES CAHIERS DE LA SODEC

L'industrie du doublage au Québec

État des lieux (1998-2006)

Anne-Marie Gill
Méline Longpré

Collaboration au traitement statistique:
Marielle Audet

Direction générale du développement
stratégique et de l'aide fiscale

Mai 2008

SODEC
La culture. Par cœur.

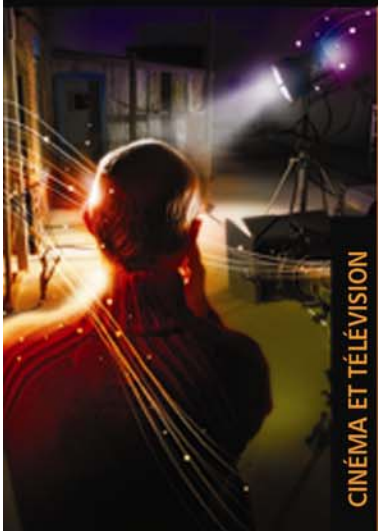


TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	1
MÉTHODOLOGIE.....	2
1. L'ADAPTATION LINGUISTIQUE DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES	3
1.1 UN APERÇU DE LA SITUATION DANS LE MONDE.....	3
1.1.1 Les principaux modes d'adaptation linguistique : le doublage ou le sous-titrage	3
1.1.2 Les habitudes et pratiques culturelles des publics en matière d'adaptation linguistique.....	5
1.2 L'ADAPTATION LINGUISTIQUE DANS DIVERS PAYS ET TERRITOIRES PARTAGEANT UNE LANGUE COMMUNE	5
1.2.1 Les pays francophones (France, Belgique, Suisse, Québec)	6
1.2.2 Les pays hispanophones	7
1.2.3 Les pays lusophones (Portugal, Brésil).....	8
1.2.4 Les pays germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse).....	9
1.3 LA SITUATION ET L'ÉVOLUTION DE L'ADAPTATION FRANÇAISE DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES ÉTRANGÈRES AU QUÉBEC	9
1.4 EN RÉSUMÉ	11
2. INDUSTRIE DU DOUBLAGE – UNE VUE D'ENSEMBLE	12
2.1 NOMBRE D'ENTREPRISES, VOLUME ET CHIFFRES D'AFFAIRES DE L'INDUSTRIE.....	12

2.2	LES DIFFÉRENTS MARCHÉS, LA LANGUE ET LES GRANDES CATÉGORIES DE DOUBLAGE	16
2.2.1	Les marchés.....	16
a)	Le marché des salles de cinéma et de la télévision	16
b)	Le marché des vidéoclubs	18
2.2.2	La part relative de la valeur des contrats (chiffre d'affaires) de l'industrie du doublage selon le marché.....	19
2.2.3	La langue de doublage.....	19
2.3.4	Les revenus d'emplois.....	20
2.4	EN RÉSUMÉ	23
3	LE MARCHÉ DES SALLES DE CINÉMA	23
3.1	CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU DOUBLAGE DES PRODUCTIONS DESTINÉES AUX SALLES DE CINÉMA.....	24
3.1.1	Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats.....	24
3.1.2	Les formats et les catégories de production	24
a)	Selon le format.....	24
b)	Selon la catégorie de la production	24
3.1.3	Les coûts de doublage des productions destinées aux salles de cinéma.....	25
3.1.4	Revenus d'emplois	26
3.2	ÉVOLUTION DE LA PART DE MARCHÉ DE L'INDUSTRIE QUÉBÉCOISE DU DOUBLAGE SUR LE MARCHÉ DES SALLES DE CINÉMA	27
3.3	PRATIQUES D'AFFAIRES DES DISTRIBUTEURS EN MATIÈRE DE DOUBLAGE DES LONGS MÉTRAGES	29
3.3.1	État de la situation.....	30
3.3.2	Le potentiel d'exploitation des films et leur doublage au Québec.....	33

3.4	EN RÉSUMÉ	35
4	LE MARCHÉ DE LA TÉLÉVISION	36
4.1	CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU DOUBLAGE DES PRODUCTIONS DESTINÉES À LA TÉLÉVISION.....	36
4.1.1	Éléments contextuels	36
4.1.2	Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats.....	37
4.1.3	Les formats et les catégories de production	39
	a) Le format.....	39
	b) La catégorie de production	40
4.1.4	Les coûts des doublages des productions destinées à la télévision.....	41
4.1.5	Les revenus d'emplois.....	42
4.1.6	La langue des productions doublées.....	44
4.2	EN RÉSUMÉ	44
5	LE MARCHÉ DES VIDÉOCLUBS.....	45
5.1	CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU DOUBLAGE DES PRODUCTIONS DESTINÉES AU MARCHÉ DES VIDÉOCLUBS.....	45
5.1.1	Éléments contextuels.....	45
5.1.2	Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats.....	46
5.1.3	Les formats et les catégories de production	47
	a) Le format.....	47
	b) La catégorie.....	47
5.1.4	Les revenus d'emploi	47
5.1.5	La langue des productions doublées	48
5.6	LA PART DES DOUBLAGES QUÉBÉCOIS SUR L'ENSEMBLE DES FILMS DISTRIBUÉS DANS LES VIDÉOCLUBS	48

5.7	EN RÉSUMÉ	50
6.	LES MESURES DE SOUTIEN AU DOUBLAGE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC	51
6.1	LES MESURES FISCALES	51
6.2	LE PROGRAMME D'AIDE À LA PRODUCTION (CINÉMA ET PRODUCTION TÉLÉVISUELLE) - SODEC	52
6.3	LES AUTRES MESURES DE SOUTIEN	52
7.	CONCLUSION	54
	BIBLIOGRAPHIE	55
ANNEXE 1	DÉCRET FRANÇAIS RELATIF AU DOUBLAGE DES LONGS MÉTRAGES	58
ANNEXE 2	ARTICLE 83 DE LA LOI SUR LE CINÉMA	59

INTRODUCTION

En août 1997, paraissait le rapport Lampron, intitulé « L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés ». Ce document constituait une réponse aux inquiétudes manifestées par les entreprises et les comédiens de l'UDA quant à l'avenir de ce secteur d'activités au Québec, entre autres, sur le marché des films destinés aux salles de cinéma. Les principales recommandations du rapport visent la consolidation du marché du doublage sur ce marché et invitent les intervenants à faire du démarchage pour consolider leur position sur les autres marchés, d'autre part. Pour soutenir ces objectifs, il est convenu de mettre sur pied une mesure de crédit d'impôt au doublage tout en adoptant des obligations de doublage au Québec pour les productions canadiennes ou québécoises réalisées avec le soutien financier du Gouvernement du Québec ou celui du Gouvernement fédéral.

Le présent rapport se veut un portrait de l'évolution de la situation depuis 1998 et vise à mesurer le chemin parcouru et l'atteinte des principaux objectifs du *Rapport Lampron*. Son élaboration s'est faite à la demande du CNCT (Conseil national du cinéma et de la télévision) afin d'amorcer une éventuelle concertation entre les différents intervenants de l'industrie du doublage. Il est soumis dans un premier temps à l'attention de la Commission du doublage, rattachée au CNCT, pour commentaires et discussion.

Notre étude comprend sept (7) chapitres au cours desquels est d'abord présenté l'état de l'adaptation linguistique des productions audiovisuelles dans le monde pour aborder par la suite l'évolution globale du doublage au Québec et sur chacun des marchés suivants : celui des doublages des productions destinées aux salles de cinéma, à la télévision et enfin, aux vidéoclubs. Chaque marché est mis en contexte et la place de l'industrie québécoise y est évaluée au regard de son volume d'activités, de son chiffre d'affaires et de la part qu'elle y occupe globalement, mais aussi en vertu du niveau d'exploitation atteint par les différentes productions concernées. Dans tous les cas, nous avons également été attentifs à dégager quels sont les revenus d'emploi générés par ces marchés, pour l'ensemble des professionnels qui y œuvrent dont les comédiens de l'Union des artistes. Dans un dernier chapitre, nous répertorions les mesures ou incitatifs qu'a mis en place le Gouvernement du Québec depuis 1998.

Nous espérons que ce rapport pourra contribuer à faire le point sur la situation et à actualiser la stratégie d'intervention des différents partenaires dans ce dossier.

MÉTHODOLOGIE

Les statistiques présentées dans le présent document proviennent de trois sources de données:

- 1) les données relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux (SODEC);
- 2) les données de la Régie du cinéma compilées par la SODEC pour suivre l'évolution des parts de marché des longs métrages (salles) doublés au Québec et de ceux qui le sont à l'étranger;
- 3) des compilations de la Régie du cinéma qui permettent de mettre en perspective la langue de diffusion ou d'adaptation des différentes productions audiovisuelles exploitées au Québec (marchés des salles et vidéoclubs) et le volume de leur mise en marché (nombre de copies 35 mm et nombre de copies DVD).

Les données de la SODEC et de la Régie du cinéma ne sont pas produites sur la même base et pour la même période de référence. Les statistiques de la Régie du cinéma présentent les résultats de l'exploitation des productions doublées, au moment de leur mise en marché, tandis que celles de la SODEC consistent en des compilations statistiques relatives aux décisions préalables favorables, émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon l'année de production des doublages. Bien qu'il arrive souvent qu'un film soit doublé et exploité au cours de la même année, certaines compilations et croisements de données peuvent parfois produire de l'information différente sur une base annuelle. Toutefois, les deux sources de renseignements sont complémentaires et permettent de saisir avec justesse les grandes tendances à l'œuvre.

Quant au survol des pratiques d'adaptation linguistique dans le monde et qui font l'objet du chapitre 1, l'information provient de rapports, d'articles et des textes juridiques disponibles sur Internet. Ils sont énumérés dans la bibliographie qui apparaît à la fin du rapport.

1. L'ADAPTATION LINGUISTIQUE DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES

1.1 Un aperçu de la situation dans le monde

1.1.1 Les principaux modes d'adaptation linguistique : le doublage ou le sous-titrage

Les films et les productions audiovisuelles sont des biens culturels qui s'exportent depuis les débuts de leur histoire et de leur mise en marché. Ce phénomène n'a fait que s'accélérer au cours du XX^e siècle, pour s'intensifier dans les dernières décennies, à la faveur de la mondialisation sans précédent de l'économie et des communications. En outre, le cinéma et la production télévisuelle en provenance des États-Unis, soit de productions dont la langue originale est l'anglais, se sont rapidement imposés dans les échanges mondiaux et ils occupent toujours une place dominante.

Aussi, très rapidement, dans l'histoire du cinéma et de la télévision, la question de l'adaptation linguistique des productions s'est posée. L'adaptation «linguistique» du cinéma muet était certes sommaire : il s'agissait de traduire les cartons ou les intertitres qui apparaissaient à l'écran. Mais, «...dès le jour où le cinéma a commencé à parler (*suivi plus tard par la télévision*), l'importance d'avoir un texte clair et compréhensible pour le public est devenu une réalité. En d'autres termes, il a paru tout de suite évident qu'une sorte de transposition des films de la langue de départ à la langue d'arrivée était nécessaire pour que le spectateur puisse comprendre le contenu du film, au delà de l'image : d'où la naissance de la traduction cinématographique.»¹

Au fil de l'évolution des pratiques et des technologies, l'adaptation linguistique des productions s'est développée sous deux principaux modes, soit le sous-titrage et le doublage. Sur les plans esthétiques et culturels, on rappellera que ces deux modes ont entraîné régulièrement des polémiques, qui resurgissent à l'occasion, pour déterminer lequel des deux est le plus respectueux de l'œuvre et de sa culture d'origine, nonobstant la qualité du sous-titrage ou du doublage. Mais, à l'heure actuelle, les questions concernant la complexité du travail d'adaptation linguistique des productions audiovisuelles dans l'ensemble des langues à travers le monde et celles, plus vives de la diversité culturelle, – notamment la circulation des productions nationales d'un pays à un autre – et l'accès des populations de certains pays ou des minorités linguistiques de d'autres pays² à ces productions dans leur langue, retiennent toute l'attention. Ils sont l'objet de diverses recherches, d'analyses et des prises de position des milieux politiques, universitaires, des associations de traducteurs ou d'adaptateurs, de l'industrie du cinéma et de la télévision et finalement de diverses instances politiques, notamment en Europe³.

¹ CORDOVA, Barbara, *Écueils de la traduction au cinéma : les sous-titres et le rôle du traducteur-adaptateur*.

² Notamment les Catalans, les Écossais, les Ukrainiens, les habitants du pays de Galles, etc.

³ Mentionnons, entre autres, la tenue de la conférence bisannuelle qui se tient en Europe sur les langues dans l'audiovisuel (<http://www.languages-media.com>), les travaux de la revue Mercator Media (http://www.uwp.co.uk/book_desc/mmf.html) sans compter les travaux de l'Union européenne dont la production récente d'une étude intitulée «Study on Dubbing and

L'information concernant l'adaptation linguistique des productions audiovisuelles dans les différents pays et continents n'est toutefois pas encore systématiquement répertoriée et analysée. Néanmoins, une récente⁴ étude produite par l'Union européenne dresse le portrait de la situation en Europe. Sur ce continent, il ressort que le doublage, plus coûteux à produire que le sous-titrage, s'est généralement imposé dans les pays densément peuplés et généralement plus prospères, tels l'Italie, l'Allemagne, la France et l'Espagne tandis que pour les autres pays européens, le mode le plus répandu et dominant est le sous-titrage. On note toutefois que l'adaptation retenue est différente et fluctuante d'un pays à l'autre selon le format ou le lieu de diffusion concerné (salles de cinéma, télévision, vidéogramme, etc.).

En Amérique du Sud, la documentation disponible soutient toujours que le sous-titrage des films est encore le mode d'adaptation linguistique privilégié, hormis les films d'animation et les films pour enfants qui sont présentés en version doublée. Les productions télévisuelles étrangères commencent à y être plus souvent diffusées en version doublée, soit en portugais «brésilien» pour le Brésil et en espagnol dit «neutre» pour les autres pays.

Enfin, au Japon, 75 % des copies 35 mm mises en circulation sont des versions sous-titrées. On note toutefois que les anciens pays de l'Union soviétique ainsi que ceux de l'Asie constituent les marchés où l'essor de l'industrie du doublage est la plus manifeste. Ainsi, le doublage s'est énormément perfectionné en Russie, désormais moins rudimentaire et mieux synchronisé, alors que l'Ukraine, où les films étrangers étaient jusqu'ici diffusés en version doublée russe, s'est récemment dotée d'une loi obligeant ceux-ci à être doublés en ukrainien. Par ailleurs, à l'instar de plusieurs endroits dans le monde, l'industrie des doublages destinés à l'Asie développe continuellement une nouvelle expertise qui consiste non seulement à adapter le dialogue, mais souvent en ce qui a trait à l'humour, à réécrire certains fragments de texte, une telle démarche s'avérant nécessaire pour qu'un film plaise et colle à la réalité du public asiatique. La diversité croissante des langues de doublage en Asie est également palpable, le film *Spider-Man 3* ayant notamment créé un précédent en étant le premier à être doublé dans quatre dialectes indiens.

On retiendra que dans ces pays, comme dans la plupart des autres, y compris les pays européens, la production audiovisuelle est plus rarement accessible dans la langue des minorités linguistiques qui les composent. Ces dernières, à l'instar de ce qu'a fait le Québec, affirment toutefois de façon de plus en plus manifeste leurs revendications à cet égard. Mentionnons à titre d'exemples, le cas des Catalans, des Bretons, des Écossais.

Subtitling Needs and Practices in the European Audiovisual Industry» (2007), disponible à l'adresse internet suivante : http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/studies/index_en.htm.

⁴ MEDIA CONSULTING GROUP IN PARTNERSHIP WITH PEACEFULFISH. *Study on Dubbing and Subtitling Needs and Practices in the European Audiovisual Industry*. [En ligne]. Adresse URL: http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/index_en.htm, section Studies.

1.1.2 Les habitudes et pratiques culturelles des publics en matière d'adaptation linguistique

Selon certains travaux de chercheurs que nous avons consultés, il semble qu'avec le temps, le public intègre culturellement l'un ou l'autre des modes d'adaptation linguistique favorisés ou rendus possibles par le marché. Ainsi, lorsqu'un mode est adopté majoritairement par une population, le deuxième mode aurait tendance à disparaître progressivement des habitudes culturelles pour être plus ou moins délaissé par la suite. Ainsi, un public habitué au sous-titrage réagira négativement au doublage dans sa langue comme s'il s'agissait d'une incongruité au regard de l'œuvre et du contexte culturel qui y est rattaché et mis en scène. L'inverse de la situation est également vrai : une offre importante et croissante de films doublés conduira le public à délaissé les films sous-titrés parce qu'un tel exercice de lecture n'est plus intégré à sa pratique et s'avère plus ardu. L'une des études consultées⁵, réalisée en Allemagne, démontre que l'habitude d'un public au doublage a, entre autres, pour effet de restreindre l'accès aux films à petits et moyens budgets, ou ceux, qui par leur sujet, leur genre ou leur traitement, ne disposent pas du potentiel économique nécessaire pour assurer la rentabilité des coûts d'un doublage. Le peu d'ouverture ou d'habitude des publics au sous-titrage conduit ainsi les distributeurs à ne pas acquérir les droits d'exploitation de nombreux films, ce qui défavorise la diversité des œuvres présentées à l'écran. En conclusion, l'auteur soutient toutefois que la diffusion des films sous format DVD, où sont disponibles plusieurs versions sous-titrées ou doublées, semblerait réintroduire l'écoute de la version sous-titrée. Pour appuyer son hypothèse, le chercheur rapporte que le pourcentage du public allemand déclarant regarder des films en version sous-titrée est passé de 13 % à 28 % entre 1990 et 2006. Cette augmentation est générée par le DVD, car très peu de films sous-titrés sont présentés au grand écran en Allemagne.

1.2 L'ADAPTATION LINGUISTIQUE DANS DIVERS PAYS ET TERRITOIRES PARTAGEANT UNE LANGUE COMMUNE

Le colonialisme et les déplacements migratoires au cours des derniers siècles ont entraîné avec eux le voyage de plusieurs langues à travers le monde et leur implantation sur de nouveaux territoires. C'est particulièrement le cas pour l'anglais, le français, l'espagnol, le portugais et l'allemand. Les langues, ainsi migrées, se sont alors métissées de façon plus ou moins manifeste aux langues des autochtones, à celle(s) de leur nouvel environnement, parfois plurilinguistique, –les flux migratoires pouvant être nombreux–, et éventuellement à celle du pouvoir politique en place et aux langues officielles reconnues par les nouveaux pays ou nations créés. Si l'histoire de toutes les langues démontre que, sur un même territoire, elles sont en constante évolution, on comprendra que des changements d'une telle ampleur en modifient de façon plus ou moins sensible l'accent, la prosodie, la syntaxe, le vocabulaire et les expressions. Les populations concernées s'identifient alors progressivement à cette langue parlée sur leurs territoires.

⁵ BLINN, Miika, *The Dubbing Standard : Its History and Efficiency Implications for Film Distributors in the German Film Market, International Conference : DIME – Creative Industries Observatory (CIO) – Birkbeck, 2008.*

Nous passerons en revue dans ce chapitre l'état de l'adaptation linguistique des productions audiovisuelles de quelques pays partageant une langue commune.

1.2.1 Les pays francophones (France, Belgique, Suisse, Québec)

Avec le plus grand marché des pays francophones et le potentiel économique que cela lui confère, la France (64 millions d'habitants) s'est accaparé progressivement et sûrement des activités du doublage dans le domaine de l'audiovisuel, même si les films sous-titrés français sont aussi offerts sur ce marché⁶. Dans le secteur du long métrage, elle s'est notamment appuyée sur le décret qu'elle a adopté en 1949. En vertu de ce décret⁷, tout film exploité dans une version doublée française dans les salles de cinéma en France doit avoir été doublé sur le territoire français ou, depuis sa création, dans un des pays de l'Union européenne. Lors de son adoption en 1949, précisons que ce décret faisait partie d'une politique plus globale du Gouvernement français qui visait le renforcement de l'ensemble de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel en France dont les activités avaient été considérablement affaiblies et morcelées durant la guerre 39-45.

Ainsi, bien que le marché français soit ouvert aux productions dont le doublage a été effectué dans des studios situés dans l'un des pays de l'Union européenne, on constate que la taille de l'industrie du doublage est modeste dans les pays francophones européens, et que la circulation des productions doublées se fait principalement de la France vers la Belgique (4,2 millions d'habitants francophones) et la Suisse (1,5 million d'habitants francophones), puis vers le Québec (5,7 millions d'habitants francophones), en partie seulement dans le cas du long métrage et, le cas échéant, vers les autres pays francophones. Toutefois, si en 1998 les doublages francophones à l'extérieur de l'hexagone faisaient figure d'exception, depuis quelques années, certains studios belges auraient réussi à se tailler une place en apportant de nouvelles «voix» sur le marché et en tentant de se positionner dans le créneau des séries télévisuelles à petit budget. Selon les studios de doublage québécois : « La Belgique s'est installée comme un joueur solide depuis cinq ans, grâce notamment à ses cachets dérisoires versés aux comédiens »⁸.

Le décret précité ne s'applique qu'aux films destinés aux salles de cinéma, si bien que les productions doublées visant les marchés de la télévision et du vidéoclub ne font l'objet d'aucune restriction réglementaire, que ce soit sous la forme de décrets ou de quotas. Cela dit, les pratiques en cours dans les réseaux de télévisions français consistent à privilégier généralement, mais non exclusivement, des productions doublées dans la langue «de proximité» de leurs publics, l'importance du marché français conférant à ces réseaux cette latitude de choix en matière de doublage⁹.

⁶ Dans le rapport «*Study on Dubbing and Subtitling Needs and Practices in the European Audivisual Industry*» (Media Consulting Group, novembre 2007), il est dit : «France is traditionnaly considered a dubbing country. However, practices have changed in recent years and now, practically all films distributed in France are available both in a subtitled version and in a dubbed version (even though the ratio of the former to the latter is between 10 % to 90 % and 20 % to 80 %). This proportion increases for American films, in the original version with subtitles.»

⁷ Article 17 du Décret 90-174 du 23 Février 1990. Voir annexe 1.

⁸ PARENT, Marie-Joëlle. « La Belgique est devenue une concurrente coriace », Le Journal de Montréal, 4 mars 2007.

⁹ GILL, Anne-Marie, Les quotas à la télévision française, notes d'information, SODEC, février 2004.

La situation et l'évolution de l'adaptation linguistique française des productions audiovisuelles au Québec sont présentées de façon plus détaillée au point 1.3.

1.2.2 Les pays hispanophones

L'Espagne et la Catalogne

En Espagne (40,4 millions d'habitants), les films étrangers ne sont généralement disponibles qu'en version doublée, seules quelques rares versions sous-titrées se retrouvant dans les grandes villes. Toutefois, très peu de doublages produits en castillan sont exportés vers les pays d'Amérique du Sud, car les productions audiovisuelles sont principalement exploitées en version sous-titrée sur ce continent. En Espagne, la loi ne prévoit d'ailleurs pas de mesure quant à l'origine du doublage ou du sous-titrage. Toutefois plusieurs minorités linguistiques forment l'Espagne, dont la Catalogne (environ 4 millions d'habitants parlant le catalan), région du nord-est de l'Espagne, laquelle partage avec le Québec un statut de minorité linguistique à l'intérieur de son pays.

La politique linguistique occupe une place très importante pour la Generalitat (le Parlement catalan), dont le cadre juridique est assuré par trois documents importants, notamment la Loi sur la politique linguistique adoptée le 7 janvier 1998. Celle-ci prévoit des quotas linguistiques pour les films en langue étrangère doublés ou sous-titrés en catalan, stipulant qu'ils ne peuvent représenter que 50 % de l'offre annuelle des distributeurs et des salles de projection. Elle exige de plus que 25 % des productions annuelles de films soient doublées en catalan, tout en exigeant des Majors américains que toute production distribuée en plus de 18 copies en compte la moitié doublée en catalan, entraînant des dépenses estimées entre 1,1 et 1,6 M\$ US annuellement pour le gouvernement de Catalogne¹⁰.

Le Mexique et les pays hispanophones de l'Amérique du Sud

L'exploitation des films en version doublée a longtemps été interdite au Mexique (108,9 millions d'habitants). À partir de 1991, seuls les productions destinées aux enfants et les documentaires à visée éducative pouvaient l'être. Or, en 2000, sous la pression des Majors américains, la Cour suprême mexicaine a jugé la restriction sur le doublage inconstitutionnelle, ce qui s'est traduit dans la loi fédérale de la cinématographie. Cette loi permet désormais le doublage, tout en prévoyant que toute production étrangère doit être doublée au Mexique, par une entreprise employant des résidents du Mexique. Une entreprise réalisant un doublage en territoire national pourra en outre bénéficier d'incitatifs fiscaux. Il est enfin à noter que l'industrie du doublage au Mexique représente un chiffre d'affaires estimé de 25 M\$, le coût moyen du doublage d'une émission de trente minutes se situant autour de 700 dollars US¹¹.

Par ailleurs, le Mexique constitue l'une des plus importantes industries du doublage de la production audiovisuelle (télévision et cinéma) vers les différents pays hispanophones de l'Amérique latine. En effet, au milieu des années 60, les entreprises de production mexicaines voulaient rentabiliser leurs

¹⁰ LECLERC, Jacques. L'aménagement linguistique dans le monde : La Catalogne, 2007

¹¹ Mexican Economic Report, juin 2004

productions sur ces marchés et elles ont entrepris de les doubler dans un espagnol dit neutre. Les entreprises de doublage mexicaines ont alors développé leur expertise dans ce type d'adaptation linguistique et ont bénéficié par la suite d'importants contrats de doublage des entreprises américaines, lesquelles voulaient également augmenter l'exportation de leurs productions vers ces pays. La littérature disponible sur le sujet laisse entendre que ce type d'adaptation peut être bien accueilli, sauf pour la fiction. Dans ce cas, les publics des différents pays hispanophones de l'Amérique du Sud préfèrent le sous-titrage autant pour les films présentés dans les salles de cinéma que pour les programmes diffusés à la télévision. Par ailleurs, les productions sous-titrées sont souvent produites dans la version espagnole du pays où elle est distribuée ou diffusée. Notons que cette préférence générale pour les sous-titres augmente avec le niveau de scolarité des différents publics. Aussi, les entreprises exportatrices, voulant élargir leurs parts de marché, insistent parfois pour présenter des versions doublées aux populations moins instruites, soit en utilisant un espagnol dit neutre ou, si la rentabilité est au rendez-vous, en produisant des versions adaptées à la région concernée. Précisons que certains pays hispanophones de l'Amérique centrale et du Sud sont peuplés et présentent ainsi d'importants marchés pour l'exportation de la production audiovisuelle.

Tableau 1

Population des pays hispanophones de l'Amérique centrale et du Sud

Pays	Continent	Population	Langue(s) officielle(s)
Guatemala	Amérique centrale	10,6 M	espagnol
Panama	Amérique centrale	3,3 M	espagnol
Costa Rica	Amérique centrale	4,1 M	espagnol
Nicaragua	Amérique centrale	5,6 M	espagnol
Honduras	Amérique centrale	7,1 M	espagnol
Salvador	Amérique centrale	6,8 M	espagnol
Équateur	Amérique du Sud	13,3 M	espagnol
Chili	Amérique du Sud	16,6 M	espagnol
Venezuela	Amérique du Sud	27,6 M	espagnol
Pérou	Amérique du Sud	27,9 M	espagnol
Uruguay	Amérique du Sud	3,3 M	espagnol
Argentine	Amérique du Sud	39,5 M	espagnol
Colombie	Amérique du Sud	46,1 M	espagnol
Paraguay	Amérique du Sud	6,1 M	espagnol/guarani
Bolivie	Amérique du Sud	9,5 M	espagnol

Source : Institut de la statistique du Québec, 2007

1.2.3 Les pays lusophones (Portugal, Brésil)

L'adaptation linguistique privilégiée au Portugal et au Brésil a été historiquement le sous-titrage et c'est toujours principalement le cas, tant pour le marché des salles que la télévision, sauf pour les émissions ou films pour enfants, où les productions sont généralement doublées. Mais, comme le

portugais du Portugal (10,3 millions d'habitants) et celui du Brésil (190 millions d'habitants) présentent des caractéristiques fortes différentes, les sous-titrages sont produits dans des versions adaptées à chacun des pays.

Par ailleurs, certaines inquiétudes se sont manifestées au Brésil au début des années 2000 à l'égard du danger que représentait pour la langue portugaise la propagation de l'anglais dans la société dans les différents médias. Ainsi, pour favoriser l'adoption du doublage par le public, qui réagit généralement mal à cette forme d'adaptation, un projet de loi a été déposé en 2001 dans le but d'imposer que le doublage de films produits dans une langue étrangère soit effectué par des professionnels qualifiés au Brésil. Il se trouve qu'une loi datant de 1980 obligeait déjà toute production à être doublée au Brésil pour pouvoir y être distribuée, mais le laxisme dans son application a donné lieu à une médiocrité dans la qualité des doublages effectués par des entreprises américaines ou hispaniques méconnaissant le portugais. Le projet de loi de 2001, qui n'a toujours pas été adopté, mettrait ainsi fin au règne des traducteurs improvisés, d'où la « Loi des traducteurs/doubleurs » comme elle est nommée au pays.

Les tentatives d'insertion du doublage dans certaines séries télévisées ayant été infructueuses à gagner la faveur du public, force est de constater que, pour l'heure, le doublage n'est accepté que pour des films d'animation ou encore pour des émissions destinées aux enfants.

1.2.4 Les pays germanophones (Allemagne, Autriche, Suisse)

Dans les pays germanophones, la version doublée en Allemagne (82,2 millions d'habitants) est exportée en Suisse (4,7 millions d'habitants germanophones) et en Autriche (8,1 millions d'habitants germanophones). Compte tenu de la proximité de l'Allemagne et de la taille de son marché, l'Autriche et la Suisse n'ont pas développé d'industrie de doublage. L'allemand parlé et écrit dans ces différents pays présentent des différences appréciables comme c'est le cas pour le français ou encore pour l'espagnol dans différentes régions du monde. L'Allemagne, qui compte désormais environ 12 grandes entreprises de doublage, s'est imposée en raison de l'importance de son marché. Incidemment, les films et les productions diffusés à la télévision sont présentés en version doublée en Allemagne.

1.3 La situation et l'évolution de l'adaptation française des productions audiovisuelles étrangères au Québec

Au Québec, les films ont été présentés pendant très longtemps dans leurs versions originales, tandis qu'un certain nombre de films étaient exploités en version sous-titrée ou doublée en français ou en anglais, au Québec. Au cours des années 70, à la faveur de l'augmentation des parts de marché du cinéma américain au Québec, la diffusion des films en version originale anglaise, –ni doublée, ni sous-titrée– colore de façon de plus en plus marquée la langue de projection de films dans les salles de cinéma. En 1975, l'Assemblée nationale vote la Loi sur le cinéma dans laquelle se retrouve l'ancêtre de l'article 83, lequel régit actuellement la langue d'exploitation des films présentés dans les salles de cinéma. Cet article stipule alors que tous les films qui sont visés (par la Régie du cinéma) dans une

langue autre que le français doivent être doublés ou sous-titrés en français au Québec; un visa temporaire peut toutefois être accordé à un film non disponible en français, mais pour une durée maximale de 60 jours. Plusieurs intervenants, distributeurs et propriétaires de salles, s'opposent à ces dispositions, et les difficultés d'observation de la loi et d'adaptation de l'industrie s'avèrent nombreuses. L'article de loi ne sera jamais promulgué, mais sera modifié en 1983. Plus souple d'application, il n'entrera en vigueur qu'en 1985. Toutefois, dès 1987, le gouvernement doit constater que la situation du français à l'écran demeure toujours problématique :

«En 1987, deux ans après la mise en application, les résultats observés ne sont pas considérés satisfaisants. Exemples : Star Trek présenté en 5 copies VOA n'a pas été doublé; E.T. a mis un an avant d'être projeté en français. Certains films à succès ont été sous-titrés pour répondre aux exigences de la loi sans que les copies sous-titrées soient nécessairement exploitées. Au cours de l'été 1987, les écrans de la capitale sont inondés de films en VOA. ...Les statistiques de la Régie du cinéma confirment que la diversité de l'offre se rétrécit considérablement depuis dix ans et qu'il y a net recul du français à l'écran.»¹²

S'ensuivent plusieurs autres années de débats, de comités et de travaux pour trouver une solution viable et établir une entente la plus consensuelle possible parmi les intervenants de la distribution et de l'exploitation des films au Québec. Cette période sera également une période de négociations entre le Québec et la France pour tenter d'établir un partage du marché du doublage des films en français monopolisé par la France à la faveur de la taille de son marché et du décret qu'elle a adopté en 1949¹³. Aucune entente n'émergera de ces échanges, les comédiens français voulant protéger ce secteur de travail comme source d'emploi. Compte tenu de l'ensemble de ces circonstances, ce n'est finalement qu'en 1991, soit 16 ans après la première tentative de législation du Québec, qu'une disposition légale sur la présence du français dans les salles de cinéma est adoptée et promulguée par l'Assemblée nationale, l'article 83 de l'actuelle Loi sur le cinéma.

Il est important de préciser que l'article 83, s'il vise alors à assurer la disponibilité des films en français au Québec, ne présente aucune obligation concernant le mode d'adaptation retenu, doublage ou sous-titrage. Toutefois, le mode retenu par les distributeurs américains favorisera l'adoption par le public de la version doublée plutôt que la version sous-titrée, ce qui constituera la base d'un regain d'activités pour l'industrie québécoise du doublage. En effet, malgré le décret français, la mise en marché plus rapide des films américains au Québec qu'en France favorise alors la production de doublages au Québec.

Toutefois cet avantage conjoncturel paraît menacé au cours des années 90, notamment par les changements survenus dans la mise en marché des films américains. En effet, les Majors favorisent de

¹² Institut québécois du cinéma, *La situation du français dans les cinémas du Québec en 1993 (1994)*, Montréal, Québec.

¹³ En vertu du décret français (voir annexe 1), tout film exploité dans une version doublée française dans les salles de cinéma en France doit avoir été doublé sur le territoire français ou dans un des pays de l'Union européenne. Lors de son adoption en 1949, précisons que ce décret faisait partie d'une politique plus globale du Gouvernement français qui visait le renforcement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel en France dont les activités avaient été considérablement affaiblies et morcelées durant la guerre 39-45.

plus en plus souvent la mise à l'écran de leurs films au même moment et ce, sur le plus grand nombre possible de territoires et continents. Une telle pratique pouvant entraîner la production d'une seule version doublée en français, elle apparaît menaçante pour les activités de doublage des longs métrages au Québec. Les membres de l'Union des artistes et les entreprises québécoises de doublage demandent en 1997 au Gouvernement du Québec d'intervenir pour protéger l'industrie du doublage au Québec, lequel confie l'étude de la question à la Société de développement des entreprises culturelles. Cette société mettra sur pied un comité de travail, réunissant des représentants de l'Union des artistes et des entreprises, lequel se conclura par la publication du rapport intitulé *Industrie du doublage et nouveaux marchés*, plus communément appelé le *Rapport Lampron*.

Les principales recommandations du rapport visent la consolidation du marché du doublage dans le secteur du long métrage et invitent les intervenants à faire du démarchage pour consolider leur position sur les autres marchés, d'autre part. Pour soutenir cet objectif, il est convenu de mettre sur pied diverses formes de soutien aux activités de doublage dont une mesure de crédit d'impôt tout en adoptant des obligations de doublage au Québec pour les productions canadiennes ou québécoises réalisées avec le soutien financier du Gouvernement du Québec ou celui du Gouvernement fédéral. Le rapport fait également le constat économique suivant : lorsqu'une même langue est parlée dans plusieurs pays ou territoires, le marché le plus grand (volume et densité de la population) a tendance à contrôler en très grande partie les activités de doublage dans cette langue. C'est le cas de la France, de l'Allemagne et du Royaume-Uni pour le français, l'allemand et l'anglais¹⁴. Hormis cette dimension économique, on note toutefois que les populations manifestent généralement un accueil plus favorable aux productions doublées ou sous-titrées dans une langue dont les références et la couleur sont ancrées dans la culture régionale ou nationale. Ces deux constats sont confirmés par l'actuelle mise à jour de la recherche.

1.4 En résumé

Les principales observations concernant l'évolution des pratiques d'adaptation linguistique des productions audiovisuelles dans le monde se résument ainsi :

- L'adoption du sous-titrage ou du doublage varie dans différents pays selon l'économie générale de ces pays et de leur marché, de l'histoire des pratiques culturelles de leurs populations concernant l'adaptation linguistique des productions audiovisuelles, mais aussi de diverses dimensions politiques dont celles relatives à l'identification linguistique ou nationale de certaines populations. La situation de l'adaptation linguistique des productions audiovisuelles du Québec témoigne d'un parcours modulé par ces différents facteurs de développement.
- L'adaptation linguistique des productions audiovisuelles dans différents pays ou territoires partageant une langue commune, tels les pays francophones, germanophones, hispanophones ou lusophones, démontre la sensibilité des populations à des adaptations qui tiennent compte des

¹⁴ MEDIA CONSULTING GROUP IN PARTNERSHIP WITH PEACEFULFISH. *Study on Dubbing and Subtitling Needs and Practices in the European Audiovisual Industry*. [En ligne]. Adresse URL: http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/index_en.htm, section Studies.

caractéristiques propres à la langue de ces différents pays ou territoires. Dans les pays où le sous-titrage domine, il y a donc différentes versions sous-titrées pour ces différents pays ou territoires. Toutefois, lorsque la pratique dominante est le doublage, c'est le pays qui représente le marché le plus vaste qui constitue le plus souvent le lieu de production des doublages. Le Québec constitue une exception à cette situation, notamment pour le doublage des films destinés aux salles de cinéma.

2. INDUSTRIE DU DOUBLAGE – UNE VUE D'ENSEMBLE

Dans ce chapitre, nous présentons l'industrie du doublage et l'évolution de ses activités de 1998 à 2006 selon les caractéristiques suivantes : le nombre d'entreprises, le volume de contrats, leur valeur et leur répartition selon le marché, la catégorie et la langue. Nous examinons également la part que tiennent les coûts de main-d'œuvre dans l'ensemble de la valeur des contrats (ou coûts de doublage).

2.1 Nombre d'entreprises, volume et chiffres d'affaires de l'INDUSTRIE

En 1998, le nombre d'entreprises ayant des activités de doublage s'élevait à environ à 13. Sur ce nombre, on estimait que 7 d'entre elles en réalisaient de façon régulière¹⁵, ce qui semble avoir été confirmé par les données de gestion du crédit d'impôt au doublage colligées pour la même année civile (tableau 2). Plus récemment, soit entre 2002 et 2006, et selon les mêmes données, il appert que le nombre de ces entreprises a atteint une moyenne annuelle de 14¹⁶. En 2006, sur 13 entreprises, 8 d'entre elles affichaient un chiffre d'affaires d'au moins 350 000 \$¹⁷.

Tableau 2

Évolution du nombre d'entreprises, du volume et de la valeur des contrats de l'industrie du doublage, Québec, 1998 à 2006

Année	Entreprises n	Contrats n	Valeur des contrats de doublage	
			Total \$	Moyenne \$
1998	7	128	8 703 205	67 994
1999	9	166	9 524 444	57 376
2000	10	218	11 935 916	54 752
2001	9	208	12 705 562	61 084
2002	14	297	16 234 162	54 660
2003	13	276	16 621 926	60 224
2004	14	292	18 009 931	61 678
2005	17	296	17 564 888	59 341
2006	13	291	17 985 402	61 806
Total		2172	129 285 436	59 524

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

¹⁵ L'industrie du doublage : consolidation et nouveaux marchés, SODEC, août 1998

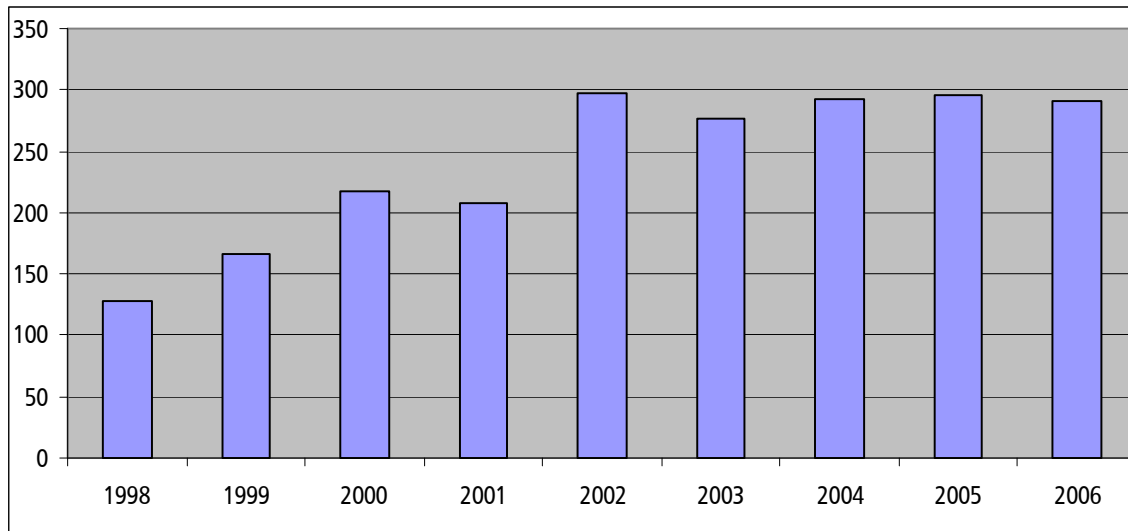
¹⁶ En 2007, l'Association québécoise des doubleurs comptait 15 entreprises membres.

¹⁷ Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Si le nombre d'entreprises de doublage est resté à peu près le même entre 1998 et 2006, il en va autrement du niveau de leurs activités. On remarque ainsi qu'entre 1998 et 2006, ces entreprises ont plus que doublé le volume et la valeur de leurs contrats, leur nombre passant de 128 à 291 et leur valeur de 9 M\$ à 18 M\$ (tableau 2).

Figure 1

Évolution du nombre annuel de contrats de doublage, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

L'examen de l'évolution du volume de contrats montre que les deux premières années ont été marquées par une première phase de croissance (+90 contrats), qui s'est accentuée en 2002, avec une augmentation de 89 contrats en une seule année. À l'aune de cette progression, l'évolution des cinq dernières années (2002-2005) révèle une situation plus stable.

En passant de 9 M\$ à 18 M\$ entre 1998 et 2006, le chiffre d'affaires des entreprises (valeur des contrats de doublage) a suivi la progression du volume d'activités et s'est caractérisé par un taux de croissance annuel moyen (TCAM) de 10,2 % (tableau 3). Toutefois, (tableau 4 et figure 2) on observe que de 1998 à 2003, la progression est nettement plus marquée, avec un TCAM de 15,3 %, que pour les années 2003 à 2006, où un ralentissement de la croissance s'est établi (TCAM 2,1 %).

Tableau 3

Évolution de l'industrie du doublage, selon le taux de croissance annuel de la valeur des contrats de doublage, Québec, 1998-2006

Année de doublage	Valeur des contrats de doublage		Taux de croissance annuels
	\$		
1998	8 703 205		
1999	9 524 444		9,4%
2000	11 935 916		25,3%
2001	12 705 562		6,4%
2002	16 234 162		27,8%
2003	16 621 926		2,4%
2004	18 009 931		8,4%
2005	17 564 888		-2,5%
2006	17 985 402		2,4%
Total	129 285 436		
Tendance annuelle (TCAM)			10,2%

1 : Taux de croissance annuel moyen

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Tableau 4

Évolution de l'industrie du doublage, selon le taux de croissance annuel de la valeur des contrats de doublage, Québec, 1998-2003 et 2003 à 2006

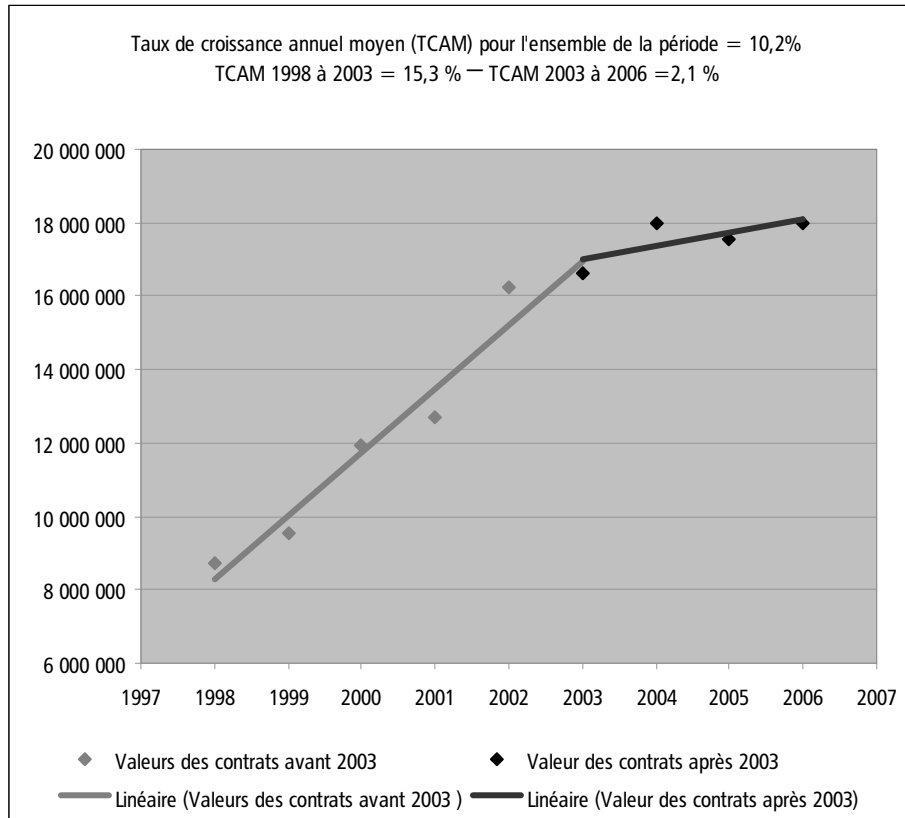
Année	Contrats		Valeur des contrats	
	n		\$	Taux de croissance annuel
1998	128		8 703 205	
1999	166		9 524 444	9,4%
2000	218		11 935 916	25,3%
2001	208		12 705 562	6,4%
2002	297		16 234 162	27,8%
2003	276		16 621 926	2,4%
TCAM ¹				15,3%
Année	Contrats		Valeur des contrats	
	n		\$	Taux de croissance annuel
2003	276		16 621 926	2,4%
2004	292		18 009 931	8,4%
2005	296		17 564 888	-2,5%
2006	291		17 985 402	2,4%
TCAM ¹				2,1%

1 : Taux de croissance annuel moyen

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Figure 2

Évolution de la valeur des contrats de doublage, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Par ailleurs, le lecteur tiendra compte que cette valeur totale annuelle des contrats de doublage ne représente pas la totalité du chiffre d'affaires de l'industrie (tableaux 3 et 4). En effet, certaines catégories d'émissions n'étant pas admissibles à la mesure fiscale de crédit d'impôt, nos compilations excluent la portion du chiffre d'affaires qu'elles génèrent. Nous évaluons que cette part s'est élevée à environ 2 M\$¹⁸ pour 2006, ce qui porterait le chiffre d'affaires global de l'industrie à environ 20 M\$ pour cette année financière¹⁹. Selon les données disponibles et la méthode utilisée, il se peut toutefois que cette évaluation diffère de la réalité²⁰. De son côté, l'Association des doubleurs professionnels du Québec évalue à 24,3 M\$ le chiffre d'affaires de l'année 2006. Ces estimations, bien que différentes, permettent néanmoins d'apprécier l'ordre de grandeur de ce secteur d'activités.

¹⁸ Cette estimation est basée d'abord sur les données [Voir tableau 3] de l'Union des artistes concernant les revenus totaux des artistes pour leurs prestations en doublage, en 2006. À partir de ces données, et en appliquant la proportionnalité (règle de trois) de nos propres compilations [Voir figure 5], nous avons produit cette évaluation. Il se peut que cette évaluation diffère de la réalité, car la portion des cachets des comédiens varie selon les catégories de doublage.

¹⁹ Le chiffre d'affaires de l'industrie du doublage avait été estimé à 20 M\$ en 1998. Ce montant incluait le chiffre d'affaires de certaines entreprises pour la production des copies 35 mm des films en version doublée française. La base de données utilisée pour la gestion de la mesure fiscale visant le doublage constitue une source d'information précise et porte exclusivement sur les activités de doublage.

²⁰ Idem note 2.

2.2 Les différents marchés, la langue et les grandes catégories de doublage

2.2.1 Les marchés

Les contrats de doublage réalisés au Québec visent comme premier marché, l'un des marchés suivants : les salles de cinéma, la télévision et le marché du vidéoclub. Toutefois, pour des raisons de confidentialité, il est impossible de présenter les données annuelles issues du marché des vidéoclubs. Seront donc exposées, dans un premier temps, les données de l'industrie faisant abstraction du marché du vidéoclub, puis, dans un deuxième temps, les données de ce dernier marché, de façon séparée, et par période de trois ans plutôt que par année.

La production des doublages selon le premier marché présente différents profils quant à leurs coûts et leur exploitation. Nous examinerons leurs caractéristiques générales dans la présente section et dresserons un portrait plus détaillé de chacun aux chapitres 3, 4 et 5 du rapport.

a) Le marché des salles de cinéma et de la télévision

En 2006, le nombre de contrats de doublage visant le marché du cinéma s'est élevé à 125, et leur valeur à 8,3 M\$, affichant ainsi un taux de croissance respectif de 51 % et de 56 % depuis 1998 (tableau 5). Les contrats de doublage visant le marché de la télévision ont connu une croissance encore plus importante durant la même période. En effet, le nombre de contrats est passé de 41 à 108, et leur valeur de 3,1 M\$ à 7,5 M\$, soit une progression de 163 % et de 143 %. Les taux de croissance annuel moyens de ces deux marchés, en valeur de contrats, se sont établis respectivement à 7,4 % et à 10,8 % (tableau 6).

Tableau 5

Évolution du nombre et de la valeur des contrats de doublage selon le premier marché, salles de cinéma et télévision, Québec, 1998-2006

Année de doublage	Salles de cinéma ¹		Télévision		Total	
	n	\$	n	\$	n	\$
1998	83	5 358 432	41	3 114 848	124	8 473 280
1999	97	5 330 768	59	3 825 701	156	9 156 469
2000	104	5 992 293	111	5 737 720	215	11 730 013
2001	96	6 169 024	90	5 816 348	186	11 985 372
2002	128	8 478 490	147	6 843 181	275	15 321 671
2003	123	8 499 470	107	6 414 435	230	14 913 905
2004	132	9 516 590	130	7 490 999	262	17 007 589
2005	113	8 123 755	134	7 390 704	247	15 514 459
2006	125	8 351 203	108	7 556 777	233	15 907 980
Total	1001	65 820 025	927	54 190 713	1928	120 010 738

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : comprend sept productions grand format

Tableau 6

Taux de croissance annuels de la valeur des contrats de doublage selon le premier marché, salles de cinéma et télévision, Québec, 1998-2006

Année	Salles de cinéma ¹		Télévision		Total	
	contrats	Taux de croissance annuel	contrats	Taux de croissance annuel	contrats	Taux de croissance annuel
	\$		\$		\$	
1998	5 358 432		3 114 848		8 473 280	
1999	5 330 768	-0,5%	3 825 701	22,8%	9 156 469	8,1%
2000	5 992 293	12,4%	5 737 720	50,0%	11 730 013	28,1%
2001	6 169 024	2,9%	5 816 348	1,4%	11 985 372	2,2%
2002	8 478 490	37,4%	6 843 181	17,7%	15 321 671	27,8%
2003	8 499 470	0,2%	6 414 435	-6,3%	14 913 905	-2,7%
2004	9 516 590	12,0%	7 490 999	16,8%	17 007 589	14,0%
2005	8 123 755	-14,6%	7 390 704	-1,3%	15 514 459	-8,8%
2006	8 351 203	2,8%	7 556 777	2,2%	15 907 980	2,5%
Total	65 820 025		54 190 713		120 010 738	

Taux de croissance annuel moyen

(TCAM) 7,4% 10,8% 8,8%

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : comprend sept productions grand format

Alors que les cinq premières années suivant l'implantation de la mesure fiscale de crédit d'impôt (1998) ont été marquées par une croissance soutenue du nombre de contrats visant ces deux marchés, la période allant de 2002 à 2006 s'est caractérisée, malgré quelques fluctuations (tableau 7), par une relative stabilité.

Tableau 7

Évolution du nombre et de la valeur des contrats de doublage des marchés des salles de cinéma et de la télévision, Québec, 2002-2006

Année	Salles de cinéma ¹		Télévision		Total	
	n	\$	n	\$	n	\$
	2002	128	8 478 490	147	6 843 181	275
2003	123	8 499 470	107	6 414 435	230	14 913 905
2004	132	9 516 590	130	7 490 999	262	17 007 589
2005	113	8 123 755	134	7 390 704	247	15 514 459
2006	125	8 351 203	108	7 556 777	233	15 907 980
Total	621	42 969 508	626	35 696 096	1247	78 665 604

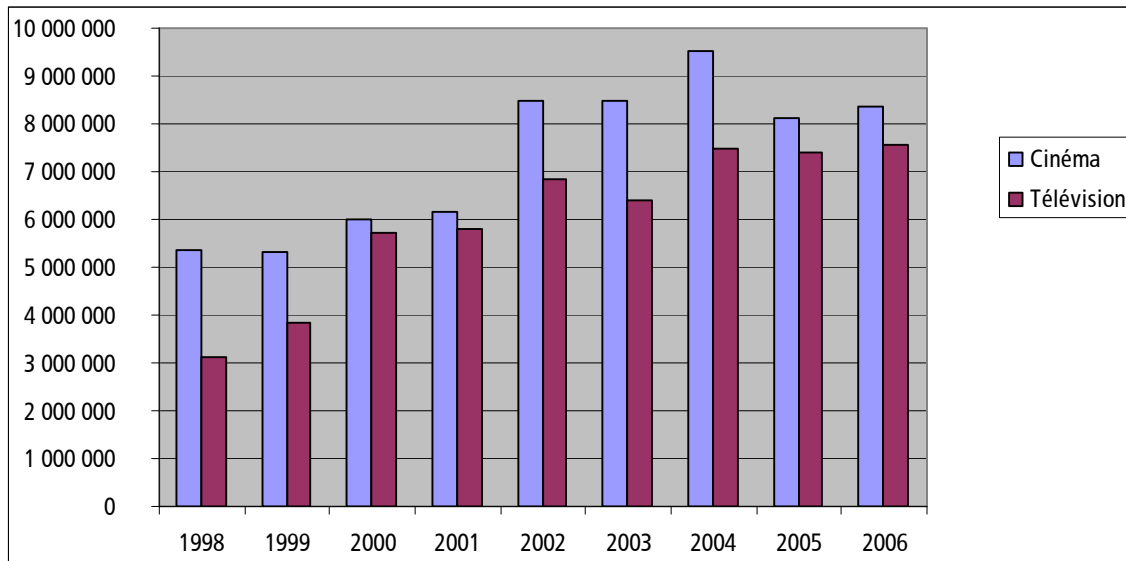
¹ Comprend sept productions en format géant.

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Le nombre de contrats destinés aux salles de cinéma s'est ainsi maintenu à une moyenne annuelle de 124, et leur valeur, à une moyenne de 8,6 M\$. Toutefois, le nombre de contrats visant le marché de la télévision a chuté de 27 % durant cette période spécifique. Malgré cette baisse de volume, on remarque toutefois que la valeur de ce marché s'est maintenue en moyenne à 7,1 M\$ pour une croissance de 10 % entre 2002 et 2006 (figure 3).

Figure 3

Évolution de la valeur des contrats de doublage pour les marchés des salles de cinéma et de la télévision, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

b) Le marché des vidéoclubs

Le doublage des productions visant le marché des vidéoclubs est beaucoup moins important que ceux des salles de cinéma et de la télévision. Ce segment d'activités, marginal au début de la période, a néanmoins connu une progression soutenue et s'est taillé une place significative dans l'industrie, si bien qu'en 2006, on dénombre 58 contrats et un chiffre d'affaires de 2,1 M\$ (tableau 8). L'avènement et la popularisation du format DVD depuis dix ans a possiblement favorisé la mise en marché d'un nombre croissant de titres, et par ricochet, une croissance du volume de doublages.

Tableau 8

Évolution du nombre et de la valeur des contrats de doublage visant le marché des vidéoclubs, Québec, 1998-2006¹

Année	n		\$	
	Moyenne annuelle ²	Total	Moyenne annuelle	Total
1998-2001	10	39	380 999	1 523 994
2002-2004	33	98	1 207 618	3 622 853
2005	49	49	2 050 428	2 050 428
2006	58	58	2 077 422	2 077 422
Total	150	244	5 716 467	9 274 697

¹ Certaines années ont été regroupées en raison de la confidentialité des données.

² Sauf pour les années 2005 et 2006, où le nombre réel pour l'année en cours pouvait être rendu public.

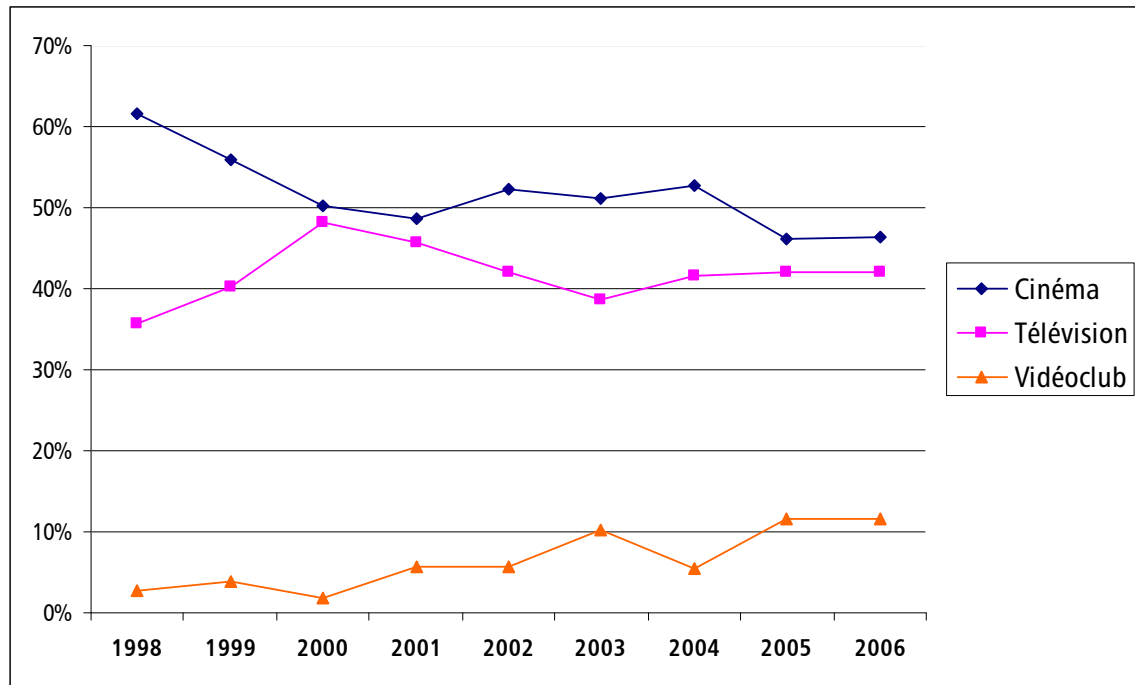
Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

2.2.2 La part relative de la valeur des contrats (chiffre d'affaires) de l'industrie du doublage selon le marché

En ce qui a trait au marché des salles de cinéma, on remarque qu'à la faveur de l'augmentation des activités de doublage des productions destinées à la télévision et au vidéoclub, la part relative de la valeur des contrats a diminué, passant de 62 % en 1998 à 46 % en 2006 (figure 4). La part représentée par la télévision a augmenté de 6 % au cours de la même période, celle-ci se maintenant en moyenne à 41 % au cours des cinq dernières années. Enfin, le marché du vidéoclub a gagné également quelques pourcentages, passant de 4 % entre 1998-2001 à 12 % en 2005-2006.

Figure 4

Évolution de la part relative de la valeur des contrats de l'industrie du doublage, selon le premier marché, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

2.2.3 La langue de doublage

Les activités de doublage au Québec visent principalement l'adaptation de productions de langue anglaise (version originale) vers le français et ce n'est qu'exceptionnellement que l'adaptation se fait à partir d'une autre langue ou encore du français vers l'anglais.

Tableau 9

Nombre de contrats selon le premier marché, la version originale et de doublage, Québec, 1998-2006

Premier marché	Langue de la version originale		Langue de la version doublée			Total
	anglais	français	n			
			anglais	français	autre	
Cinéma ¹	anglais			986		986
	français	11				11
	autre			4		4
Télévision	anglais	2	881		1	884
	français	27	2			29
	autre	13	1			14
Vidéoclub	anglais		237			237
	français	7				7
Total		60	2 111		1	2 172

¹ Comprend sept productions en format géant

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

De fait, sur les 2 172 contrats répertoriés de 1998 à 2006, 2 111 sont des versions originales anglaises doublées vers le français, soit une proportion de 97 %. On dénombre 45 contrats de doublage du français vers l'anglais, dont 11 productions cinématographiques, 27 productions télévisuelles et 7 productions visant le marché du vidéoclub. Les productions dont les versions originales sont autres que l'anglais ou le français sont marginales et concentrées dans le marché de la télévision.

2.3.4 Les revenus d'emplois

Les cachets des comédiens et la rétribution des autres professionnels du doublage constituent une large part des coûts de cette activité (tableau 9). Ces coûts se déclinent en cinq postes de dépenses, soit les prestations des comédiens, l'adaptation, la détection, la calligraphie, les activités relatives à la grille et la dactylo, ainsi que la direction de plateau lors de l'enregistrement. S'ajoutent, dans le cas des longs métrages seulement, la production de titres et le transfert optique²¹. Par souci de simplicité, l'analyse ci-après regroupe les services autres que ceux des comédiens sous la catégorie « rémunération des autres services professionnels ». Entre 1998 et 2006, les cachets des comédiens pour leurs prestations (33 M\$) ont constitué 26 % des coûts de doublage, tandis que la rémunération des autres professionnels (27 M\$), comptait pour 21 % de ces coûts (figure 5).

²¹ Il est à noter que certaines dépenses de main-d'œuvre ne sont pas admissibles au crédit d'impôt; par exemple les services de casting, que ceux-ci soient effectués par le directeur de plateau ou pas. De telles dépenses marginales ne sont ainsi pas comptabilisées dans la gestion du crédit d'impôt et ne sont donc pas prises en compte dans ce rapport.

Tableau 10

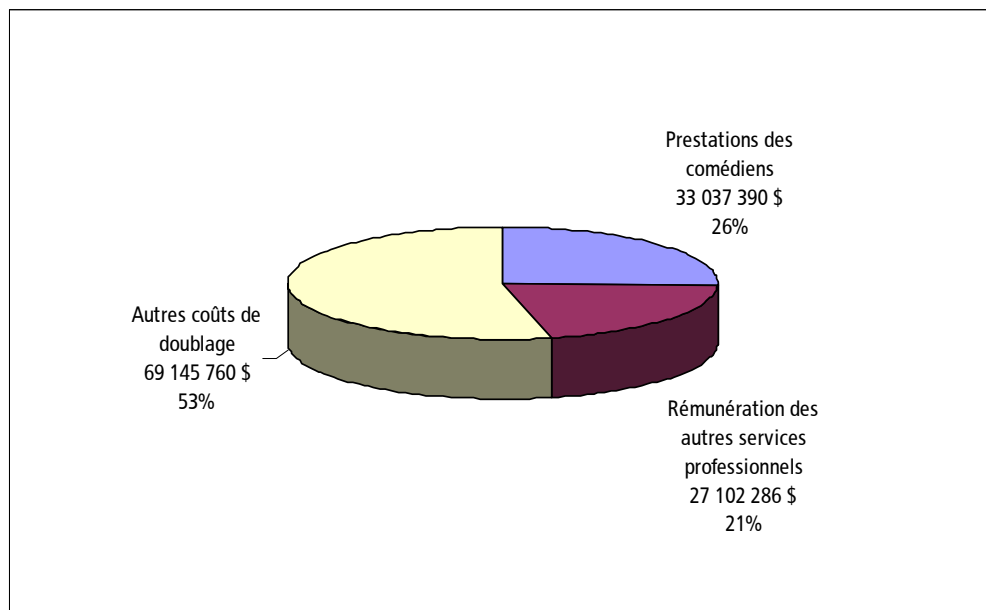
Répartition de la valeur des contrats de doublage pour l'ensemble des marchés selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), 1998-2006

Année	Coûts de main-d'œuvre		Total	Autres coûts de doublage	Valeur totale des contrats de doublage
	Prestations des comédiens	Rémunération des autres services			
		\$		\$	\$
1998	2 123 900	1 757 143	3 881 043	4 822 162	8 703 205
1999	2 317 790	2 058 810	4 376 600	5 147 844	9 524 444
2000	3 018 302	2 632 393	5 650 695	6 285 221	11 935 916
2001	3 140 392	2 852 008	5 992 400	6 713 162	12 705 562
2002	4 109 346	3 430 763	7 540 109	8 694 053	16 234 162
2003	4 129 157	3 456 728	7 585 885	9 036 041	16 621 926
2004	4 594 151	3 635 255	8 229 406	9 780 525	18 009 931
2005	4 684 940	3 586 650	8 271 590	9 293 298	17 564 888
2006	4 919 412	3 692 536	8 611 948	9 373 454	17 985 402
Total	33 037 390	27 102 286	60 139 676	69 145 760	129 285 436

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Figure 5

Répartition de la valeur des contrats de doublage pour l'ensemble des marchés, selon les différents coûts, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Depuis 1998, les cachets des comédiens et les autres rémunérations ont suivi de près le taux de croissance annuel de coûts de doublage, soit 10,2 % (tableau 11). Le taux de croissance annuel moyen des cachets des comédiens s'est situé à 11,6 % et celui relatif aux autres rémunérations à 9,5 %.

Tableau 11

Taux de croissance annuels des coûts de doublage, Québec, 1998-2006

Année	Coûts de main-d'œuvre			Autres coûts de doublage		Coût total des contrats de doublage	
	Prestations des comédiens	Taux de croissance annuel	Rémunération des autres services professionnels	Taux de croissance annuel	Taux de croissance annuel		Taux de croissance annuel
	\$		\$			\$	
1998	2 123 900		1 757 143		4 822 162	8 703 205	
1999	2 317 790	9,1%	2 058 810	17,2%	5 147 844	9 524 444	9,4%
2000	3 018 302	30,2%	2 632 393	27,9%	6 285 221	11 935 916	25,3%
2001	3 140 392	4,0%	2 852 008	8,3%	6 713 162	12 705 562	6,4%
2002	4 109 346	30,9%	3 430 763	20,3%	8 694 053	16 234 162	27,8%
2003	4 129 157	0,5%	3 456 728	0,8%	9 036 041	16 621 926	2,4%
2004	4 594 151	11,3%	3 635 255	5,2%	9 780 525	18 009 931	8,4%
2005	4 684 940	2,0%	3 586 650	-1,3%	9 293 298	17 564 888	-2,5%
2006	4 919 412	5,0%	3 692 536	3,0%	9 373 454	17 985 402	2,4%
Total	33 037 390		27 102 286		69 145 760	129 285 436	
Taux de croissance annuel moyen (TCAM)		11,6%		9,5%		9,8%	10,2%

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Par ailleurs, selon les données de l'UDA (Union des artistes), les revenus des comédiens attribuables aux activités de doublage ont atteint 5,4 M\$ en 2006²², soit à peu près l'équivalent de leurs cachets pour le cinéma (5,8 M\$) (tableau 12). Ils correspondent à 5 % de la totalité des cachets annuels des membres de l'Union des artistes et 8 % des cachets annuels provenant de la télévision, du cinéma et du doublage.

Tableau 12

Répartition des cachets des artistes par secteur d'activités, Québec, 2002-2006

Secteur d'activités	2002	2003	2004	2005	2006
	\$				
Annonces	20 068 352	19 589 341	24 465 948	25 485 702	27 241 171
Autres	165 245	16 666	35 681	55 775	26 050
Cinéma	5 522 175	5 614 846	8 520 735	5 558 625	5 855 269
Danse	40 038	72 973	672 441	665 857	386 770
Disque	458 225	423 876	506 763	470 022	393 392
Doublage	4 369 117	4 227 263	4 734 561	5 529 643	5 391 798
Multimédia	74 094	47 371	75 793	515 738	1 038 349
Scène	13 329 013	13 069 961	17 127 350	14 691 399	15 019 968
Télévision	49 366 175	45 160 351	48 560 767	54 235 170	56 274 834
Variété	3 675 667	5 192 735	4 214 082	4 257 129	4 294 527
Total	97 068 101	93 415 383	108 914 121	111 465 060	115 922 128

Source : UDA

²² Cette information est différente de celle présentée au tableau 9, car elle représente les revenus attribuables à toute la production de doublage impliquant des membres de l'Union des artistes. Le tableau 9 présente les données de gestion de la mesure fiscale de crédit d'impôt au doublage. Certaines productions n'étant pas admissibles à cette mesure, une partie des activités de doublage n'y apparaissent pas.

2.4 En résumé

Les principales observations concernant l'évolution des activités de doublage au Québec, de 1998 à 2006, se résument ainsi :

- Le nombre d'entreprises actives dans le secteur a augmenté pour atteindre entre 2002 et 2006 une moyenne annuelle de 14. Toutefois, le nombre d'entreprises très ou moyennement actives est demeuré à peu près le même, soit 8 en 2006, alors qu'il s'établissait à 7 en 1998.
- Le chiffre d'affaires, selon les données disponibles à la SODEC, est passé de 9 M\$ à 18 M\$ durant la période, se caractérisant par un taux de croissance annuel moyen de 10,2 %. En 2006, on estime que le chiffre d'affaires total de l'industrie s'est situé entre 20 M\$ et 24 M\$. L'essor de l'industrie du doublage a été particulièrement manifeste sur les marchés des salles de cinéma et de la télévision.
- Les coûts de main-d'œuvre comptent pour une part importante des activités de doublage, soit au moins 47 % selon les compilations de la SODEC. En 2006, les cachets des comédiens de l'Union des artistes pour leurs prestations en doublage ont atteint 5,3 M\$, un montant presque équivalent à ceux qu'ils reçoivent pour leur travail d'interprétation au cinéma.

L'ensemble de ces constats atteste de la réalisation des principaux objectifs qui avaient été fixés dans ce secteur d'activités dans le rapport intitulé *Industrie du doublage et nouveaux marchés*, publié en 1998 par la SODEC.

3 LE MARCHÉ DES SALLES DE CINÉMA

Nous avons présenté au chapitre précédent les éléments marquants de l'évolution des doublages québécois des productions destinées aux salles de cinéma depuis 1998. Nous avons ainsi constaté leur croissance aussi importante en nombre (de 83 à 125) qu'en valeur (de 5,4 M\$ à 8,4 M\$), tout en considérant que leur évolution était plus stable au cours des cinq dernières années. Nous avons également observé que la part occupée par ces doublages sur l'ensemble des activités de doublage avait diminué depuis 1998, passant de 62 % à 46 %, et pris note que cette évolution était tributaire, non pas de leur décroissance, mais bien de l'augmentation importante des doublages destinés à la télévision et au vidéoclub.

Nous analyserons dans le prochain chapitre plusieurs autres caractéristiques de ce marché (formats et catégories de production, coûts des doublages, revenus d'emplois, langues de doublage). Nous compléterons le portrait de ce segment d'activités en examinant la part que représentent les doublages québécois dans l'ensemble des œuvres exploitées en primeur, en salles de cinéma et en version doublée française. Enfin, nous examinerons les pratiques des distributeurs québécois et américains en matière de doublage au Québec.

3.1 CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ DU DOUBLAGE DES PRODUCTIONS DESTINÉES AUX SALLES DE CINÉMA

3.1.1 Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats

Peu d'entreprises sont actives dans le doublage des films destinés aux salles de cinéma : leur nombre a varié entre 3 et 6 entreprises durant la période étudiée. Sur une base annuelle, c'est donc, sauf exception, généralement le tiers des entreprises qui réalisent des doublages sur ce marché (tableaux 2 et 13). Elles se sont ainsi accaparé 51 % de la valeur de tous les contrats de doublage durant la période.

Tableau 13

Marché du doublage des productions destinées aux salles de cinéma selon le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats, 1998-2006

Année	Entreprises	Contrats	Valeur des contrats de doublage	
			Total	Part de la valeur de tous les contrats de doublage
	n	n	\$	%
1998	3	83	5 358 432	61,6
1999	5	97	5 330 768	56,0
2000	4	104	5 992 293	50,2
2001	4	96	6 169 024	48,6
2002	4	128	8 478 490	52,2
2003	3	123	8 499 471	51,1
2004	4	132	9 516 590	52,8
2005	6	113	8 123 755	46,2
2006	4	125	8 351 203	46,4
Total		1001	65 820 026	50,9

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

3.1.2 Les formats et les catégories de production

a) Selon le format

Contrairement au marché de la télévision et du vidéoclub où l'on retrouve différents formats d'œuvre (œuvre unique, série et minisérie), le marché des salles de cinéma ne comprend que des œuvres uniques. La quasi-totalité des productions cinématographiques doublées durant la période se sont avérées être des longs métrages, à l'exception d'un court métrage et de trois moyens métrages.

b) Selon la catégorie de la production

En ce qui a trait aux catégories, les productions présentées en salle se répartissent entre documentaires et œuvres de fiction. Ainsi, pour les 1001 productions cinématographiques répertoriées sur les neuf

années observées, 170 K\$ ont été alloués au doublage de 14 documentaires, et 66 M\$ ont été consacrés à celui de 987 œuvres fictives, pour des coûts moyens respectifs de 12 K\$ et 66 K\$²³.

3.1.3 Les coûts de doublage des productions destinées aux salles de cinéma

Le coût moyen du doublage en français d'un long métrage destiné aux salles de cinéma s'est établi à 66 K \$ entre 1998 et 2006 (tableau 14). Toutefois, une analyse des coûts par segments montre que la très grande majorité des doublages, soit 73,7 %, coûtent plus de 60 000 \$ (Figure 6) et plusieurs d'entre eux (16,4 %) peuvent même atteindre plus de 100 000 \$.

Tableau 14

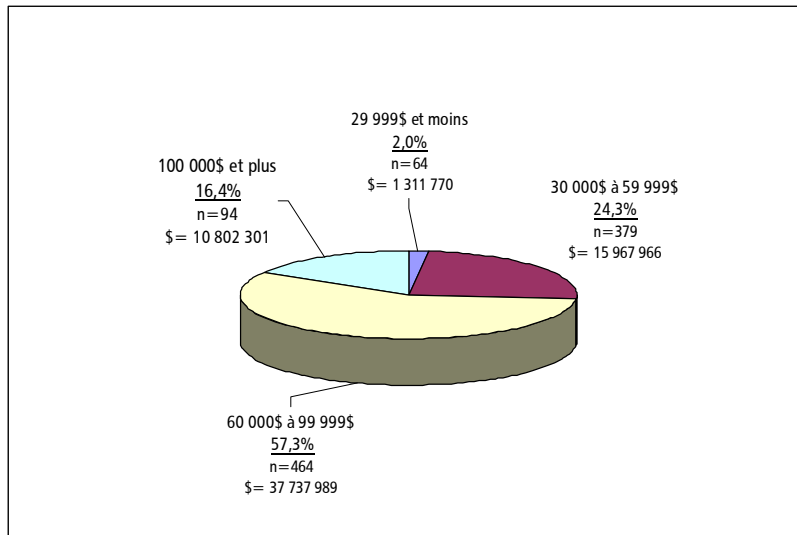
Volume et valeur des contrats de doublage des productions destinées aux salles de cinéma par segment de coûts et selon la moyenne, Québec, 1998-2006

Année	29 999\$ et moins		30 000\$ à 59 999\$		60 000\$ à 99 999\$		100 000\$ et plus		Total						
	Total	Moyenne	Total	Moyenne	Total	Moyenne	Total	Moyenne	Total	Moyenne					
	n	\$	n	\$	n	\$	n	\$	n	\$					
1998-2000	31	629 771	20 315	114	4 415 106	38 729	122	9 512 688	77 973	17	2 123 928	124 937	284	16 681 493	58 738
2001-2003	23	488 899	21 256	127	5 321 742	41 903	163	13 518 747	82 937	34	3 817 597	112 282	347	23 146 985	66 706
2004-2006	10	193 100	19 310	138	6 231 118	45 153	179	14 706 555	82 160	43	4 860 775	113 041	370	25 991 548	70 247
Total	64	1 311 770	20 496	379	15 967 966	42 132	464	37 737 989	81 332	94	10 802 301	114 918	1 001	65 820 026	65 754

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Figure 6

Répartition du nombre de contrats et de la valeur des contrats de doublage des productions destinées aux salles de cinéma par segment de coûts, Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

²³ Pour des raisons de confidentialité, les données détaillées à cet égard ne peuvent être présentées dans un tableau.

3.1.4 Revenus d'emplois

Les revenus d'emplois (prestations d'artistes et autres services professionnels), provenant du doublage des longs métrages destinés aux salles, représentent en moyenne 42 % du chiffre d'affaires (valeur des contrats) de l'industrie sur ce marché, pour l'ensemble de la période étudiée (1998-2006) (tableau 15 et figure 7). Les revenus des artistes, provenant du doublage des longs métrages entre 1998-2006, s'élèvent à une moyenne annuelle de 1,6 M\$ et représentent pour la période 23 % de la valeur des contrats de l'industrie. En 2006, les revenus des comédiens pour le doublage de longs métrages a atteint 2 M\$, soit 38 % de leurs revenus totaux en doublage (tableaux 15 et 12).

Tableau 15

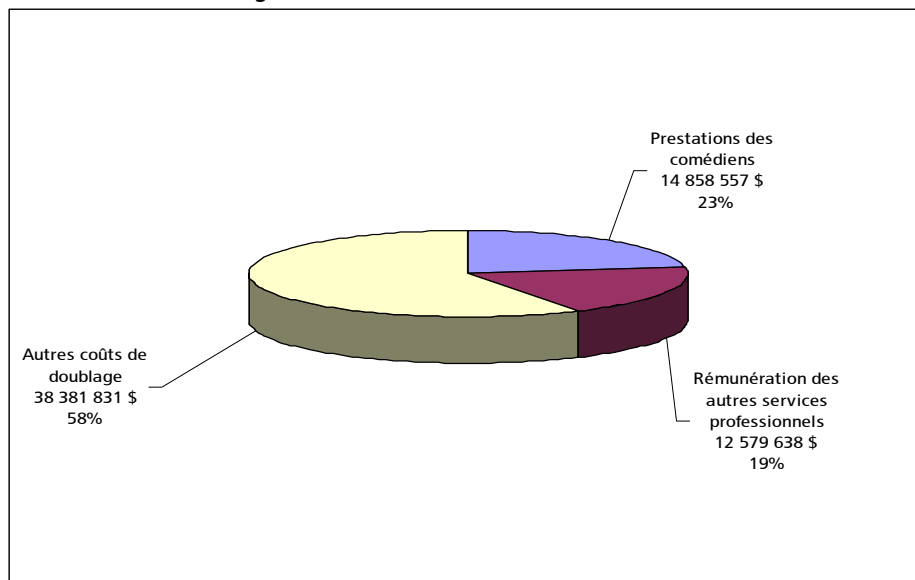
Répartition de la valeur des contrats de doublage des productions destinées aux salles de cinéma, selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), 1998-2006

Année	Coûts de main-d'œuvre			Autres coûts de doublage	Valeur totale des contrats de doublage
	Prestations des comédiens	Rémunération des autres services professionnels	Total		
		\$		\$	\$
1998	1 223 341	1 033 708	2 257 049	3 101 383	5 358 432
1999	1 216 366	1 156 946	2 373 312	2 957 456	5 330 768
2000	1 367 181	1 197 239	2 564 420	3 427 873	5 992 293
2001	1 304 162	1 237 299	2 541 461	3 627 563	6 169 024
2002	1 825 957	1 674 932	3 500 889	4 977 601	8 478 490
2003	1 860 233	1 564 829	3 425 062	5 074 409	8 499 471
2004	2 097 477	1 696 342	3 793 819	5 722 771	9 516 590
2005	1 881 303	1 455 371	3 336 674	4 787 081	8 123 755
2006	2 082 537	1 562 972	3 645 509	4 705 694	8 351 203
Total	14 858 557	12 579 638	27 438 195	38 381 831	65 820 026

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Figure 7

Répartition de la valeur des contrats de doublage pour le marché des longs métrages destinés aux salles de cinéma, selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

3.2 Évolution de la part de marché de l'industrie québécoise du doublage sur le marché des salles de cinéma

Selon les données de la SODEC²⁴, le total des longs métrages doublés au Québec en vue d'une exploitation en salles (premier marché) s'est élevé à 1001 films entre 1998-2006, soit une moyenne annuelle de 111 films. Dans la presque totalité des cas (99 %), ces doublages ont visé la production d'une version française des films dont la langue originale était l'anglais (VOA), soit 986 films (tableau 16).

Tableau 16

Nombre de contrats de doublage des longs métrages destinés au marché des salles de cinéma¹ comme premier marché, selon la version originale et de doublage, Québec, 1998-2006

Version originale	Version doublée			Total
	anglais	français	autre	
anglais		986		986
français	11			11
espagnol		1		1
italien		3		3
Total	11	990	0	1001

1 : Comprend sept productions en format géant.

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

²⁴ Compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, SODEC, 1998-2006.

La très grande majorité de ces films sont d'origine américaine. Les données de la Régie du cinéma révèlent, qu'en 2006, 87 % des films VOA (dont la version originale est l'anglais) qui ont été exploités en version française au Québec, provenaient des États-Unis (tableau 17).

Tableau 17

Nombre et répartition des films VOA¹ doublés en français au Québec et présentés en primeur, selon la provenance, Québec, 2006

Provenance	n	%
Allemagne	2	1,7
Australie	1	0,9
Canada	2	1,7
Grande-Bretagne	9	7,8
Québec	1	0,9
États-Unis	100	87,0
Total	115	100,0

1 : films dont la version originale est l'anglais

Source : Régie du cinéma

Compilation : SODEC

Selon les données de la Régie du cinéma, le nombre total de films VOA exploités en version française dans les salles de cinéma au Québec, est passé de 123 en 1998 à 151 en 2006 (tableau 18 et figure 8).

Tableau 18

Nombre de VOA doublées en français et présentées en primeur, selon le lieu de doublage, Québec, 1998-2006

Année	VOA doublées au Québec		VOA doublées en France ou à l'extérieur du Québec		Total
	n	%	n	%	n
1998	72	59	51	41	123
1999	69	54	58	46	127
2000	92	66	47	34	139
2001	91	71	37	29	129
2002	88	66	46	34	134
2003	98	69	45	31	143
2004	115	79	31	21	146
2005	103	74	37	26	140
2006	115	76	36	24	151

Sources : Régie du cinéma, Cinéac inc., Association québécoise des industries techniques

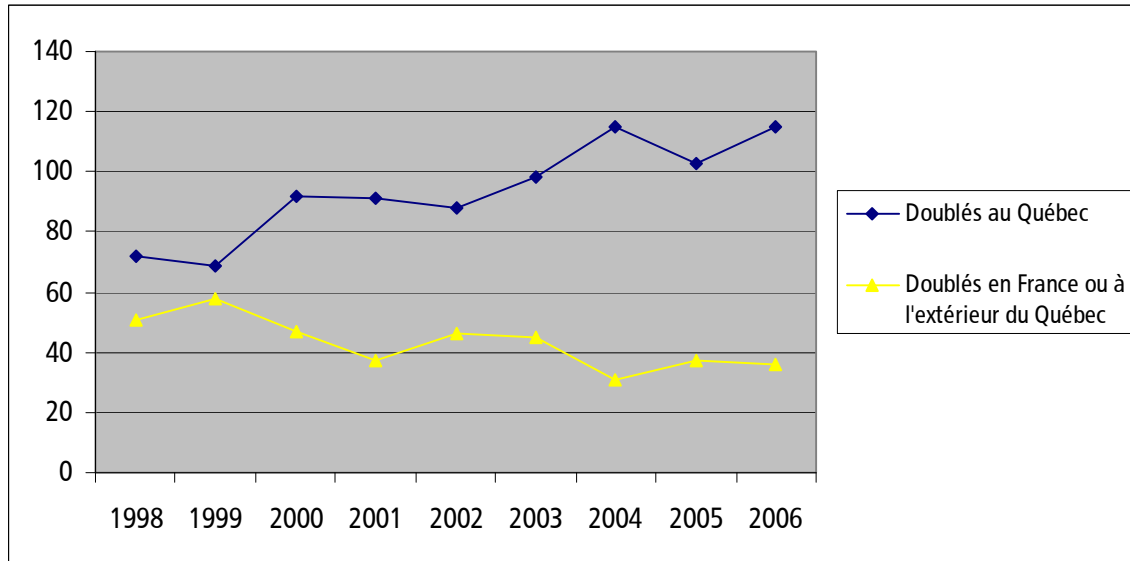
Compilation : SODEC

Ainsi, la part des films VOA dont le doublage a été réalisé au Québec est passée de 59 % (72 films) en 1998 à 76 % (115 films) en 2008, ce qui représente une augmentation de 17 points de pourcentage

durant la période. Le taux de croissance annuel moyen pour la période s'est situé plus précisément à 6,2 %.

Figure 8

Évolution du nombre de VOA doublées en français et présentées en primeur, selon le lieu de doublage, Québec, 1998-2006



Source : Régie du cinéma
Compilation : SODEC

3.3 Pratiques d'affaires des distributeurs en matière de doublage des longs métrages

Les décisions des distributeurs québécois et celles des Majors en matière de doublage au Québec reposent sur les éléments suivants :

- 1) Le respect de la Loi sur le cinéma dont l'article 83 rend obligatoire au Québec, selon certaines conditions, la mise à l'affiche de la version française (doublée ou sous-titrée) des films dont la version originale est autre que le français, selon la durée et l'ampleur de leur exploitation²⁵.
- 2) L'étude du potentiel de rentabilité d'un doublage produit au Québec au regard de ses coûts d'acquisition et d'exploitation.
- 3) Leur politique d'adaptation des productions qu'ils distribuent aux particularités linguistiques du Québec et ce, dans un contexte où ils doivent ainsi et dans la plupart des cas, produire deux versions (doublées) en français, un décret français²⁶ les obligeant à produire un doublage réalisé dans l'un des pays de l'Union européenne.

La présente section expose succinctement les résultats statistiques des ces pratiques d'affaires en matière de doublage au Québec.

²⁵ Article 83 de la Loi sur le cinéma. Voir annexe 2.

²⁶ Article 17 du Décret 90-174 du 23 Février 1990. Voir annexe 1.

3.3.1 État de la situation

Les productions audiovisuelles exploitées au Québec sont exploitées par des entreprises de distribution qui doivent détenir un permis de la Régie du cinéma²⁷. Dans le cas des longs métrages, deux catégories d'entreprises en assurent la mise en marché, soit les distributeurs québécois et les Majors²⁸ américains qui peuvent obtenir auprès de la Régie un permis spécial pour l'exploitation de leurs films.

Entre 2001 et 2006, les distributeurs québécois ont ainsi mis en marché 285 longs métrages VOA en version doublée française et les Majors, 558, pour un total de 843 films. Leurs parts respectives des films VOA exploités en version française se sont ainsi élevées à 34 % et 66 % pour les six années où les données étaient disponibles.

Tableau 19

Répartition des VOA doublées en français et présentées en primeur selon la catégorie de distributeurs, Québec, 2002-2006

Année	Distributeurs québécois		Majors américains		Total
	n	%	n	%	n
2001	47	36,4	82	63,6	129
2002	44	32,8	90	67,2	134
2003	46	32,2	97	67,8	143
2004	50	34,2	96	65,8	146
2005	44	31,4	96	68,6	140
2006	54	35,8	97	64,2	151
Total	285	33,8	558	66,2	843

Sources : Régie du cinéma, Cinéac inc., Association québécoise des industries techniques
Compilation : SODEC

²⁷ Les entreprises de distribution qui exploitent des productions audiovisuelles au Québec sont régies par la Loi du cinéma (L.R.Q. c. C 18.1) et doivent obtenir un permis général ou spécial de la Régie du cinéma pour exercer leurs activités. Parallèlement aux entreprises québécoises titulaires d'un permis général du distributeur, les «Majors» américains poursuivent leurs activités de distribution au Québec, en vertu d'une entente spéciale (Entente «Valenti-Bacon»), signée en 1986 entre la ministre de la Culture et des Communications et la Motion Picture Export Associations of America (MPEAA). Cette entente, qui a été renouvelée plusieurs fois depuis 1986, prévoit l'octroi d'un permis spécial de distribution pour les Majors, ce qui leur confère des revenus supplémentaires non négligeables, n'ayant pas à confier la mise en marché de leurs films à un distributeur québécois. Pour obtenir ce permis spécial, ces distributeurs doivent prouver qu'ils sont les producteurs des films qu'ils exploitent. Ils ne peuvent donc pas exploiter au Québec des films d'autres provenances ainsi que les films indépendants américains. Les sept (7) Majors s'accaparent annuellement ± 60 % du marché des films exploités en salles au Québec.

²⁸ Les Majors sont de très grandes entreprises américaines qui se sont taillé, au fil du dernier siècle, une position dominante dans l'industrie cinématographique mondiale. En 2005, les revenus du cinéma américain sur le marché domestique (Amérique du Nord y incluant le Canada) s'établissaient à 9 G\$US et sur les marchés internationaux, à 24 G\$US (source : données transmises par Dan Glickman, président de la Motion Picture Association of America, lors d'une émission de radio diffusée sur France Culture, le 16 septembre 2006). Par leur structure intégrée sur les plans de la production et de la distribution et leurs associations d'affaires très étroites avec les grands réseaux de salles, entre autres, au Québec et au Canada, le cinéma hollywoodien a toujours eu la part la plus grande sur nos écrans. Actuellement, les Majors actives au Québec sont les suivantes : Columbia Pictures Industries, Distribution de films Buena Vista Canada, MGM/UA Communications, Studios Universal, Twentieth Century Fox, Viacom Entreprises Canada (Paramount), Warner Bros. Entertainment Inc.

Bon an mal an, les distributeurs québécois assurent donc la mise en marché annuelle d'à peu près le tiers des longs métrages VOA présentés en version française au Québec tandis que les Majors, du deux-tiers, ce qui leur confère un poids relatif plus considérable sur le volume d'affaires de l'industrie québécoise du doublage (tableaux 20 et 21). Ainsi, entre 2001 et 2006, les Majors ont fait doubler 418 films au Québec, les distributeurs québécois, 192.

Tableau 20

Répartition des VOA doublées en français et présentées en primeur selon la catégorie de distributeurs et le lieu de doublage, Québec, 2001-2006

Année	Distributeurs québécois					Majors					Total n
	Québec		Hors-Québec		Sous-total	Québec		Hors-Québec		Sous-total	
	n	%	n	%		n	%	n	%		
2001	24	51	23	49	47	67	82	15	18	82	129
2002	24	55	20	45	44	64	71	26	29	90	134
2003	33	72	13	28	46	65	67	32	33	97	143
2004	38	76	12	24	50	77	80	19	20	96	146
2005	32	73	12	27	44	71	74	25	26	96	140
2006	41	76	13	24	54	74	76	23	24	97	151
Total	192	67	93	33	285	418	75	140	25	558	843

Sources : Régie du cinéma, Cinéac inc., Association québécoise des industries techniques

Compilation : SODEC

Par ailleurs, l'analyse des pratiques d'affaires des distributeurs québécois et des Majors américains montre qu'au cours des années 2004 à 2006, ils ont fait doubler leurs films au Québec dans une proportion presque équivalente. Cette proportion s'est d'ailleurs établie à 76 % dans les deux cas, en 2006. On note aussi que la part des films doublés au Québec par les distributeurs québécois est passée de 51 % à 76 % entre 2001 et 2006. L'évolution de la part des Majors montre un léger fléchissement durant la période, mais une évolution en chiffres absolus. On remarque également que cinq (5) d'entre eux ont fait doubler au Québec plus de 80 % de leurs films au cours des six (6) dernières années (tableau 21). On note que l'un d'entre eux double la totalité des films qu'il exploite au Québec, ce qui suggère qu'il a adopté comme entreprise une politique générale de doublage au Québec. Toutefois, on observe une variabilité des pratiques d'affaires d'un distributeur à un autre et d'une année à une autre, ce qui inquiète l'industrie québécoise du doublage.

Tableau 21

Pourcentage des films (VOA) doublés en français au Québec et exploités en primeur selon le distributeur, Québec, 2001-2006

DISTRIBUTEUR	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Distributeurs québécois						
Distributeur 1						
Distributeur 2	72%	78%	82%	96%	85%	75%
Distributeur 3		50%		83%	100%	100%
Distributeur 4				100%		
Distributeur 5						
Distributeur 6						
Distributeur 7						
Distributeur 8					29%	
Distributeur 9		33%	100%			67%
Distributeur 10						100%
Distributeur 11		100%	100%	83%	100%	100%
Distributeur 12						
Distributeur 13		100%	100%	100%		
Distributeur 14	17%			100%	50%	50%
Total distributeurs québécois	51%	55%	72%	76%	73%	76%
Majors						
Distributeur 1	36%	40%	70%	79%	53%	74%
Distributeur 2	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Distributeur 3	88%	83%	100%	80%	100%	
Distributeur 4	64%	64%	54%	85%	82%	100%
Distributeur 5	100%	42%	25%	47%	40%	57%
Distributeur 6	83%	93%	92%	83%	90%	46%
Distributeur 7	96%	80%	56%	90%	100%	100%
Total Majors	82%	71%	67%	80%	74%	76%

Sources : Régie du cinéma, Cinéac inc., Association québécoise des industries techniques

Compilation : SODEC

3.3.2 Le potentiel d'exploitation des films et leur doublage au Québec

L'évaluation du potentiel de revenus d'un film sur un territoire donné est généralement basée sur la popularité relative acquise par un film sur d'autres territoires²⁹, ou encore sur l'observation de l'accueil antérieur du public aux mêmes sujets, catégories ou genres de films si ce n'est à leurs auteurs, réalisateurs, comédiens et autres artisans. Parallèlement à cette appréciation, le distributeur doit également tenir compte des ressources financières dont il dispose pour exploiter tout le potentiel de revenus d'un film et couvrir ses coûts de la mise en marché, de marketing, de productions de copies, etc. Voilà les repères généraux sur lesquels se basent les distributeurs, lorsqu'ils décident d'acquérir les droits d'exploitation d'un film pour le distribuer. Toutefois, chaque film étant un prototype, il y a à chaque fois, associé au potentiel de revenus estimé, un risque économique plus ou moins élevé. Incidemment, un distributeur pourra viser à équilibrer ses opérations financières, sur une base annuelle, en misant sur un ensemble de nouveautés tout en pondérant ses risques par la valorisation de l'ensemble de son catalogue.

Quant aux éventuels coûts de doublage, le distributeur vérifie, au même titre que les autres coûts, si le potentiel d'exploitation du film peut en couvrir la dépense. Dans le cas où il distribue un grand nombre de films en version doublée, il pourra également considérer qu'il amortit la globalité des coûts d'exploitation, y compris ceux des doublages réalisés au Québec, sur l'ensemble des revenus liés à ses activités.

Il y a peu d'indicateurs statistiques publics qui illustrent, avant l'exploitation d'un film, l'évaluation que le distributeur fait de son potentiel d'exploitation, si ce n'est le nombre de copies (35 mm) mis en circulation par un distributeur. En effet, ce nombre donne un indice de l'ampleur de la mise en marché accordée à un film. Aussi l'analyse des films VOA exploités au Québec, selon le nombre de copies 35 mm mis en marché, jumelée aux indicateurs relatifs à la version doublée française et au lieu de doublage, peut nous donner un profil des pratiques d'affaires des distributeurs en matière de doublage.

Ainsi, le décompte du nombre de copies 35 mm mises en marché par titre de films exploités en version doublée montre que plus le nombre de copies 35 mm d'un film mises en marché est élevé, plus le pourcentage des doublages réalisés au Québec l'est (Voir tableau 22). En 2006, le doublage au Québec des films à distribution moyenne (20 à 49 copies) et des films à distribution importante (50 copies et plus) l'était dans une proportion de 81 % et 74 % (tableau 22, sections 22.3 et 22.4) tandis que pour les films à distribution faible ou réduite (tableau 22, sections 22.1 et 22.2), cette proportion s'établit en moyenne à 6,5 % pour les premiers et à 43 % pour les seconds. Les films qui connaissent une distribution forte ou moyenne en salles, et qui font partie des productions qui présentent un meilleur potentiel de revenus, sont donc dans une très grande proportion doublés au Québec.

29 Lorsque ce film est de provenance étrangère et, c'est le cas pour la presque totalité des films dont la version originale est l'anglais, exploité en version française au Québec.

Tableau 22

Répartition des films VOA exploités en salles selon le nombre de copies 35 mm mises en marché et selon la disponibilité d'une version française et d'une version doublée au Québec³⁰, 2006

22.1 Film à distribution minimale (moins de 10 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	79	11	14	6	8,1
2004	67	16	19	10	11,9
2005	77	8	8,7	1	1,1
2006	83	9	9,4	5	5,2

22.2 Film à distribution réduite (de 10 à 19 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	20	11	55	6	30,0
2004	21	16	76,2	12	57,1
2005	19	11	57,9	9	47,4
2006	24	12	46,1	10	38,5

22.3 Film à distribution moyenne (de 20 à 49 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	25	25	100	21	84,0
2004	33	33	97,1	26	76,5
2005	36	35	97,2	30	83,3
2006	30	29	96,7	24	80,0

22.4 Film à distribution importante (50 copies et plus)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	95	95	100	62	65,3
2004	90	90	100	73	80,0
2005	82	82	100	60	73,2
2006	100	100	100	76	76,0

³⁰ La Régie du cinéma ne saisit l'information relative au doublage des films mis en marché sous format vidéo que depuis 2003. Comme cette société n'est pas un organisme voué à la statistique, les données ne sont pas validées selon les protocoles en vigueur dans les organismes qui le sont. Cette information peut donc contenir une marge d'erreurs qu'il est difficile de quantifier.

22.5 Tous les films

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	219	142	64,8	95	43,4
2004	211	155	73,5	121	57,3
2005	214	136	63,6	100	46,7
2006	237	150	63,3	115	48,5

Source : Régie du cinéma

Ce constat étant établi, on remarque néanmoins que certains films, exploités en plus de 50 copies, ne sont pas doublés au Québec. Au delà des considérations économiques, la pertinence d'adapter la version d'un film, en tenant compte des spécificités linguistiques du public auquel il s'adresse, ne semble donc pas tenir la même importance dans les politiques et pratiques d'affaires des différents distributeurs qui œuvrent au Québec.

3.4 En résumé

Les principales observations concernant l'évolution du doublage au Québec des films VOA (dont la version originale est l'anglais) exploités en version française se résument ainsi :

- Selon les données de la Régie du cinéma et les compilations de la SODEC, le nombre de films VOA (films dont la version originale est l'anglais) exploités en primeur, en version doublée française, dans les salles de cinéma au Québec, est passé de 123 en 1998 à 151 en 2006.
- Par ailleurs, la part de films VOA, exploités en primeur, dont le doublage a été réalisé au Québec est passée de 59 % (72 films) en 1998 à 76 % (115 films) en 2006, soit une augmentation de 17 points de pourcentage sur l'ensemble de la période. Le taux de croissance annuel moyen pour la période se situe à 6,2 %. En 2006, il s'avère que les films à distribution moyenne et forte sont doublés au Québec dans une proportion de 80 % et 76 %.
- Cette progression est due à la sensibilisation constante des distributeurs de films au Québec depuis 1998 et à la modification progressive de leurs pratiques d'affaires, lesquelles pratiques ont été soutenues directement ou indirectement par les différentes mesures de soutien au doublage du Gouvernement du Québec.
- Toutefois, le nombre ou le pourcentage des films doublés peut varier d'un distributeur à l'autre et d'une année à l'autre, ce qui, malgré l'évolution de la situation depuis 1998, inquiète les comédiens de l'UDA qui veulent voir stabiliser leurs sources de revenus. En 2006, les revenus des comédiens ont été de 5,3 M\$ en doublage, soit à peu près l'équivalent de leurs cachets en cinéma qui se sont élevés à 5,8 M\$. Le doublage des longs métrages représente près de 40 % des revenus des comédiens en doublage.

4 LE MARCHÉ DE LA TÉLÉVISION

Tel que présenté au chapitre 2, les activités de doublage d'émissions de télévision ont connu une croissance dynamique depuis 1998 : le nombre de contrats est passé de 41 en 1998 à 108 en 2006, et leur valeur de 3,1 M\$ à 7,6 M\$. Cette croissance a été particulièrement manifeste au début de la présente décennie pour se maintenir, entre 2002 et 2006, à une moyenne annuelle de 125 projets et de 7,1 M\$ en valeur de contrats. Le lancement des trois chaînes spécialisées que sont Ztélé (Canal Z à l'époque), Historia et Séries + en l'an 2000 ont pu contribuer à la hausse de la demande de services de doublage sur ce marché.

Le chapitre 4 du rapport présente les éléments contextuels qui président au développement de ce marché ainsi que de l'information statistique plus détaillée concernant le doublage des productions qui lui sont destinées : coûts, formats, catégories, langues d'adaptation et part de la main-d'œuvre dans la structure des coûts.

4.1 Caractéristiques du marché du doublage des productions destinées à la télévision

4.1.1 Éléments contextuels

Les réseaux de télévision qui diffusent en français au Québec présentent de façon régulière des productions audiovisuelles de toutes catégories en version doublée. Ces télévisions peuvent être soumises à différents quotas de présentation d'émissions canadiennes par le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)³¹, mais elles n'ont pas, sauf exception³², à rencontrer d'obligations quant au lieu ou à la provenance du doublage des émissions étrangères qu'elles diffusent en français. Eut égard à leurs ressources et à leur marché, une très bonne part des émissions étrangères présentées par ces réseaux ont déjà été doublées en Europe, le plus souvent en France, là où l'étendue du marché leur permet de rentabiliser plus aisément les coûts d'un doublage quand ils sont couplés aux coûts des licences de diffusion. Parmi ces émissions, se retrouvent les grandes séries dramatiques étrangères à succès, lesquelles sont et peuvent rarement être doublées au Québec, notamment en raison de leurs coûts d'acquisition et des ressources financières des réseaux.

Les télévisions françaises qui diffusent en France et en Europe sont, de leur côté, soumises à des quotas de contenus européens et francophones, mais aucune disposition législative ou réglementaire ne les oblige, lorsqu'ils diffusent une émission de langue originale autre que le français, à la faire doubler sur le territoire français ou européen³³. Néanmoins, les ressources et les pratiques d'affaires des réseaux de télévision de langue française les conduisent le plus souvent à faire doubler leurs

³¹ Références : http://www.crtc.gc.ca/frn/INFO_SHT/g11.htm

³² Dans certaines conditions, Télétoon est tenu de faire doubler au Québec des séries que le réseau diffuse.

³³ SODEC, *Les quotas à la télévision française, notes d'information, février 2004.*

émissions dans la langue de proximité de leurs publics, donc en France, et parfois en Belgique. Ils exercent, en outre, un contrôle important sur tout le processus de doublage. Ce contrôle est particulièrement serré lorsqu'il s'agit de grande série de fiction, payée à grands frais d'acquisition, et devant être diffusée à heure de grande écoute. Notons ici que les réseaux canadiens ou québécois de diffusion encadrent de façon tout aussi serrée les doublages qu'ils financent et font réaliser au Québec.

Enfin, on notera que les diverses formes de soutien gouvernemental à la production canadienne et québécoise sont pour la plupart assorties d'obligations de doublage au Québec, lorsqu'une production produite en une langue autre que le français est diffusée en français au Québec.

4.1.2 Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats

Contrairement au marché du long métrage, la presque totalité des entreprises de doublage ont réalisé des contrats pour le marché de la télévision (tableau 23), lequel compte pour 42 % du chiffre d'affaires du secteur. Toutefois, ces activités sont très concentrées. En effet, une compilation de la valeur des contrats de doublage entre 2002 et 2006 a démontré que 4 maisons de services, soit environ le tiers des entreprises, ont réalisé plus de 70 % du chiffre d'affaires total de ce marché.

Tableau 23

Marché du doublage des productions destinées à la télévision selon le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats, 1998-2006

Année	Entreprises	Contrats	Valeur des contrats de doublage	
			Total	Part de la valeur de tous les contrats de doublage
	n	n	\$	%
1998	6	41	3 114 848	35,8
1999	9	59	3 825 701	40,2
2000	10	111	5 737 720	48,1
2001	9	90	5 816 348	45,8
2002	13	147	6 843 181	42,2
2003	13	107	6 414 435	38,6
2004	14	130	7 490 999	41,6
2005	15	134	7 390 704	42,1
2006	13	108	7 556 777	42,0
Total		927	54 190 713	41,9

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Le marché de la télévision comporte des œuvres uniques, des séries et des miniséries, donc des contrats de doublage ayant des durées variables. La valeur des contrats selon la durée jette un éclairage plus précis sur l'évolution de ce marché. Les moyennes pour une heure doublée fluctuent passablement d'une année à l'autre, s'échelonnant depuis 1998 entre 8 000 \$ à 12 000 \$. Le taux de croissance annuel moyen pour toute la période n'atteint que 0,6 %, ce qui demeure faible (tableau 24 et figure 9).

Tableau 24

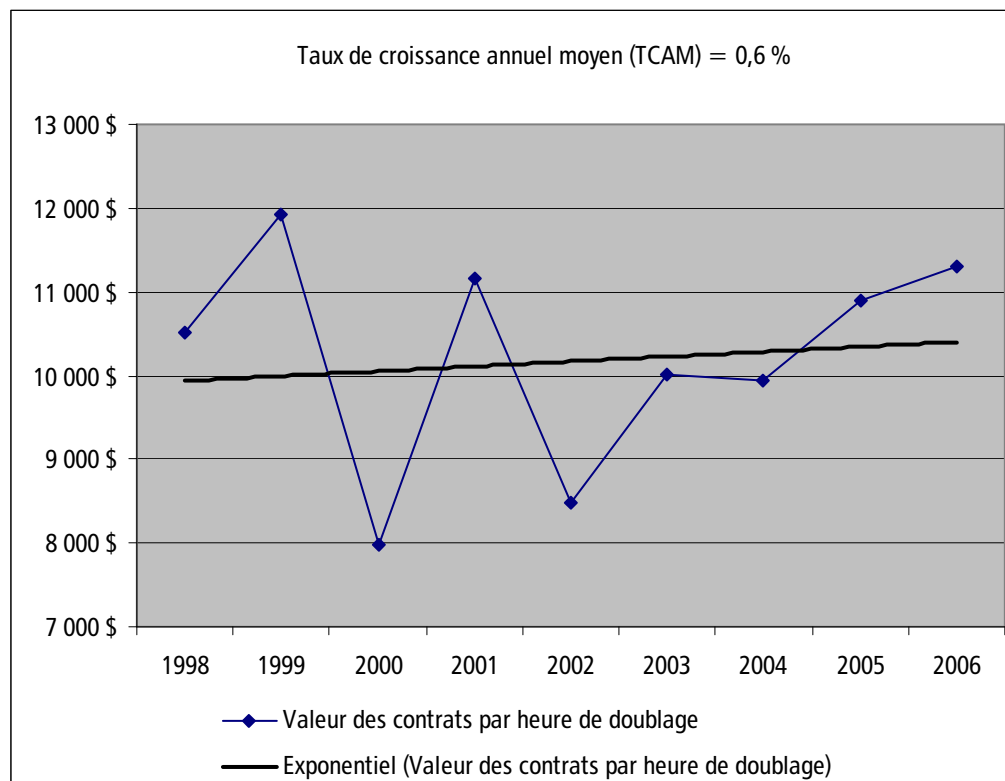
Marché du doublage des productions destinées à la télévision selon la valeur par heure de doublage et les contrats analysés, 1998-2006

Année	Nombre de contrats	Valeur totale des contrats de doublage	Heures totales de doublage	Valeur des contrats selon la durée des doublages	Heures moyennes par contrat
1998	41	3 114 848	295,93	10 526 \$	7,22
1999	59	3 825 701	321,05	11 916 \$	5,44
2000	111	5 737 720	718,87	7 982 \$	6,48
2001	90	5 816 348	520,73	11 170 \$	5,79
2002	147	6 843 181	806,92	8 481 \$	5,49
2003	107	6 414 435	640,55	10 014 \$	5,99
2004	130	7 490 999	753,57	9 941 \$	5,80
2005	134	7 390 704	677,87	10 903 \$	5,06
2006	108	7 556 777	669,23	11 292 \$	6,20
Total	927	54 190 713	5 404,72	10 027 \$	5,83

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux

Figure 9

Évolution du marché du doublage des productions destinées à la télévision selon la valeur par heure de doublage et les contrats analysés, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux

4.1.3 Les formats et les catégories de production

a) Le format

Les productions destinées à la télévision se présentent généralement sous trois grands formats : l'œuvre unique (court, moyen ou long métrage); la minisérie (de 2 à 6 épisodes) et la série (plus de 6 épisodes).

Incidemment, sur les 927 doublages destinés à la télévision entre 1998 et 2006, on compte 318 œuvres uniques (34 %), 194 miniséries (21 %) et 415 séries (45 %). La plupart de ces catégories ont marqué des hausses en nombre et en valeur de contrats durant la période (tableaux 25 et 26).

Tableau 25

Évolution et répartition du nombre de contrats de doublage des productions destinées au marché de la télévision, selon le format, 1998-2006

Année	Oeuvre unique		Minisérie		Série		Total	
	contrats		contrats		contrats		contrats	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1998	13	32	11	27	17	41	41	100
1999	22	37	16	27	21	36	59	100
2000	41	37	25	23	45	41	111	100
2001	26	29	15	17	49	54	90	100
2002	61	41	28	19	58	39	147	100
2003	32	30	17	16	58	54	107	100
2004	44	34	22	17	64	49	130	100
2005	48	36	31	23	55	41	134	100
2006	31	29	29	27	48	44	108	100
Total	318	34	194	21	415	45	927	100

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

En valeur, les œuvres uniques ont représenté 12 % des activités, les miniséries, 10 % et les séries de plus de 6 épisodes, 78 %. Le doublage des séries de plus de 6 épisodes a connu la progression la plus marquante avec un taux de croissance annuelle moyen de 12,2 %, alors que ce taux pour les deux premières catégories s'est établi respectivement à 6,7 % et 6 %.

Tableau 26

Évolution et répartition de la valeur des contrats de doublage des productions destinées au marché de la télévision, selon le format

Année	Oeuvre unique		Minisérie		Série		Total	
	Contrats \$	Taux de croissance annuels	Contrats \$	Taux de croissance annuels	Contrats \$	Taux de croissance annuels	Contrats \$	Taux de croissance annuels
1998	307 897		442 655		2 364 296		3 114 848	
1999	644 788	109,4%	510 792	15,4%	2 670 121	12,9%	3 825 701	22,8%
2000	974 754	51,2%	818 546	60,3%	3 944 420	47,7%	5 737 720	50,0%
2001	456 813	-53,1%	319 921	-60,9%	5 039 614	27,8%	5 816 348	1,4%
2002	735 051	60,9%	659 068	106,0%	5 449 062	8,1%	6 843 181	17,7%
2003	858 496	16,8%	386 526	-41,4%	5 169 413	-5,1%	6 414 435	-6,3%
2004	980 152	14,2%	463 734	20,0%	6 047 113	17,0%	7 490 999	16,8%
2005	817 975	-16,5%	927 082	99,9%	5 645 647	-6,6%	7 390 704	-1,3%
2006	580 335	-29,1%	858 136	-7,4%	6 118 306	8,4%	7 556 777	2,2%
Total	6 356 261		5 386 460		42 447 992		54 190 713	
Taux de croissance annuel moyen (TCAM)								
		6,7%		6,0%		12,2%		10,8%

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

b) La catégorie de production

Les catégories de productions télévisuelles exploitées en version doublée comprennent généralement la fiction, le documentaire, le reportage et la télé-réalité. Compte tenu des statistiques disponibles, le reportage et la télé-réalité n'étant pas admissibles à la mesure de crédit d'impôt, nous sommes en mesure de documenter les catégories fiction et documentaire.

Le nombre de contrats dans ces dernières catégories a augmenté (tableau 27) durant la période, mais c'est la catégorie documentaire qui a dominé et compté pour 61 % des activités de doublage en volume.

Tableau 27

Évolution et répartition du nombre de contrats de doublage destinés au marché de la télévision, selon la catégorie¹, 1998-2006

Année	Documentaire		Fiction		Total	
	n	%	n	%	n	%
1998	16	39	25	61	41	100
1999	22	37	37	63	59	100
2000	55	50	56	50	111	100
2001	64	71	26	29	90	100
2002	115	78	32	22	147	100
2003	69	64	38	36	107	100
2004	85	65	45	35	130	100
2005	79	59	55	41	134	100
2006	60	56	48	44	108	100
Total	565	61	362	39	927	100

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : Les catégories animation et jeunesse sont incluses en fiction, et les magazines et magazines jeunesse dans le documentaire. En raison de la confidentialité des données, il n'est pas possible de les produire de façon distincte.

Toutefois, ce sont les fictions qui ont généré la plus grande part du chiffre d'affaires, soit 57 % (30,6 M\$) de la valeur totale des contrats visant le marché de la télévision (tableau 28). Le taux de croissance annuel moyen de cette valeur s'est situé à 8,8 % pour le documentaire et à 12,1 % pour la fiction.

Tableau 28

Évolution de la valeur des contrats de doublage des productions destinées à la télévision, selon la catégorie de production¹, Québec, 1998-2006

Année	Documentaire		Fiction		Total	
	contrats \$	Taux de croissance annuels	contrats \$	Taux de croissance annuels	contrats \$	Taux de croissance annuels
1998	1 167 116		1 947 732		3 114 848	
1999	1 761 662	50,9%	2 064 039	6,0%	3 825 701	22,8%
2000	2 348 478	33,3%	3 389 242	64,2%	5 737 720	50,0%
2001	2 668 622	13,6%	3 127 726	-7,7%	5 796 348	1,0%
2002	4 089 752	53,3%	2 753 429	-12,0%	6 843 181	18,1%
2003	3 207 118	-21,6%	3 207 317	16,5%	6 414 435	-6,3%
2004	3 121 275	-2,7%	4 369 724	36,2%	7 490 999	16,8%
2005	2 630 802	-15,7%	4 759 902	8,9%	7 390 704	-1,3%
2006	2 525 518	-4,0%	5 031 259	5,7%	7 556 777	2,2%
Total	23 520 343		30 650 370		54 170 713	
Taux de croissance annuel moyen (TCAM)		8,8%		12,1%		10,8%

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : Les catégories animation et jeunesse sont incluses en fiction, et les magazines et magazines jeunesse dans le documentaire. En raison de la confidentialité des données, il n'est pas possible de les produire de façon distincte.

4.1.4 Les coûts des doublages des productions destinées à la télévision

Les coûts de doublage des productions destinées à la télévision varient en fonction de leur format, de leur catégorie et de leur durée. Les données statistiques concernant la durée des productions, qu'il s'agisse d'émission unique ou de série, ne sont pas disponibles. En l'absence de cette donnée, les compilations qui suivent donnent des indices généraux des coûts, mais ne peuvent fournir de repères précis selon la durée.

La série documentaire de plus de 6 épisodes a constitué 79 % de la valeur totale des contrats de doublage en documentaire durant la période (tableau 29), suivi de la minisérie (16 %) et des œuvres uniques (5 %). La moyenne des coûts des doublages a atteint 69 K\$ pour la série, 24 K\$ pour la minisérie et 8 K\$ pour l'œuvre unique. Du côté de la fiction (tableau 30), les parts relatives tenues par les différents formats sont semblables au documentaire : la série de plus de 6 épisodes a compté pour 78 % de la valeur totale des contrats, suivi de la minisérie (17 %) et des œuvres uniques (5 %).

Toutefois, la moyenne des coûts par format y est apparue plus élevée qu'en documentaire. Cette moyenne s'est établie à 163 K\$ pour la série, 41 K\$ pour la minisérie, et 30 K\$ pour l'œuvre unique.

Tableau 29

Évolution de la valeur moyenne des contrats de doublage des documentaires¹ destinés à la télévision, selon le format, Québec, 1998-2006, 1998-2006

Année	Oeuvre unique			Minisérie			Série		
	Total \$	n	Moyenne \$	Total \$	n	Moyenne \$	Total \$	n	Moyenne \$
1998-2000	188 767	15	12 584	971 911	31	31 352	4 116 577	54	76 233
2001-2003	564 920	72	7 846	1 170 615	57	20 537	8 249 958	120	68 750
2004-2006	489 510	62	7 895	1 672 740	68	24 599	6 115 345	94	65 057
Total	1 243 197	149	8 344	3 815 266	156	24 457	18 481 880	268	68 962

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : les magazines et magazines jeunesse sont inclus dans la catégorie documentaire

Tableau 30

Évolution de la valeur moyenne des contrats de doublage des productions de fiction¹ destinées à la télévision, selon le format, Québec, 1998-2006

Année	Oeuvre unique			Minisérie			Série		
	Total \$	n	Moyenne \$	Total \$	n	Moyenne \$	Total \$	n	Moyenne \$
1998-2000	1 738 673	61	28 503	800 081	21	38 099	4 862 259	29	167 664
2001-2003	1 485 440	47	31 605	194 900	3	64 967	7 408 132	45	164 625
2004-2006	1 888 951	61	30 966	576 213	14	41 158	11 695 721	73	160 215
Total	5 113 064	169	30 255	1 571 194	38	41 347	23 966 112	147	163 035

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

1 : les catégories animation et jeunesse sont incluses en fiction

4.1.5 Les revenus d'emplois

Entre 1998-2006, les revenus d'emplois (prestations des comédiens et autres services professionnels), provenant du doublage des productions destinées à la télévision ont représenté en moyenne 52 % des coûts de doublage, alors qu'ils se sont situés à 42 % de ces coûts sur le marché du long métrage (figure 10 et figure 7).

Les cachets des comédiens se sont élevés à 15,9 M\$ comparativement à 14,8 M\$ en cinéma (tableau 29 et 14) et ont constitué 29,5 % des coûts de doublage. En 2006, les revenus des comédiens pour les productions destinées à la télévision ont atteint 2,2 M\$, soit 42 % de leurs revenus totaux en doublage (tableau 31 et 12), ce qui représente un montant et une part presque équivalents à leur revenus (doublage) sur le marché des salles de cinéma pour la même année.

Tableau 31

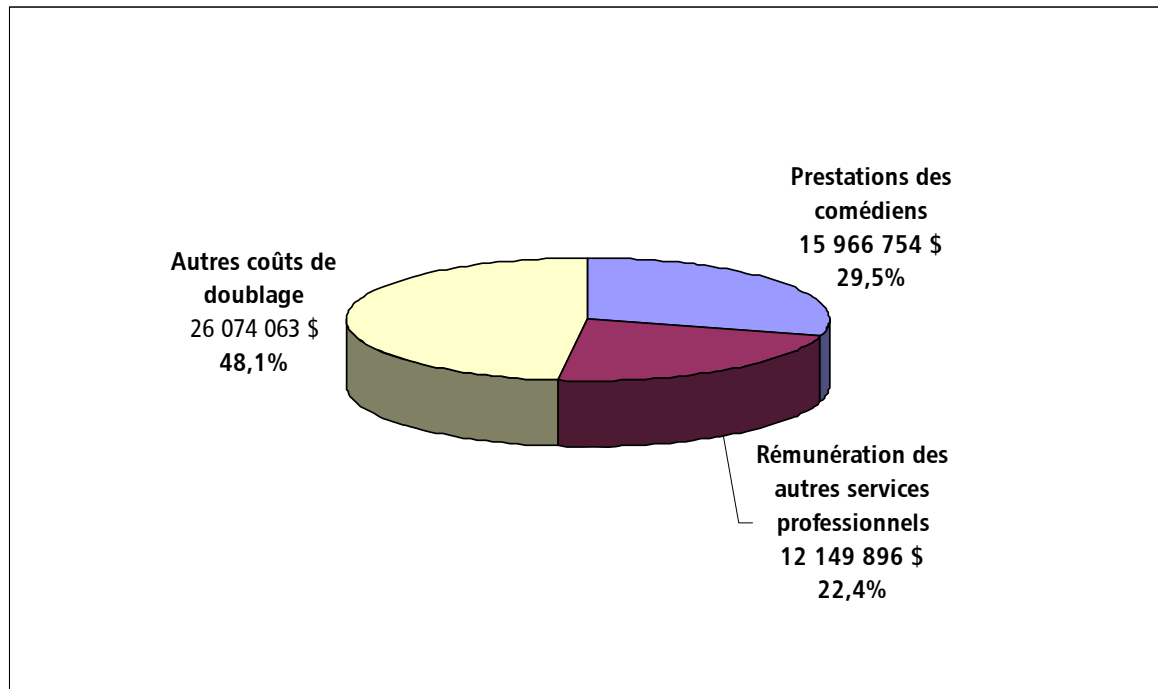
Répartition de la valeur des contrats de doublage des productions destinées au marché de la télévision, selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), Québec, 1998-2006

Année	Coûts de main-d'œuvre			Autres coûts de doublage	Valeur totale des contrats de doublage
	Prestations des comédiens	Rémunération des autres services professionnels	Total		
	\$			\$	\$
1998	835 776	674 540	1 510 316	1 604 532	3 114 848
1999	1 007 751	810 404	1 818 155	2 007 546	3 825 701
2000	1 615 795	1 395 718	3 011 513	2 726 207	5 737 720
2001	1 646 704	1 394 982	3 041 686	2 774 662	5 816 348
2002	2 080 175	1 521 219	3 601 394	3 241 787	6 843 181
2003	1 889 582	1 443 215	3 332 797	3 081 638	6 414 435
2004	2 275 481	1 692 947	3 968 428	3 522 571	7 490 999
2005	2 340 702	1 643 262	3 983 964	3 406 740	7 390 704
2006	2 274 788	1 573 609	3 848 397	3 708 380	7 556 777
Total	15 966 754	12 149 896	28 116 650	26 074 063	54 190 713

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Figure 10

Répartition de la valeur des contrats de doublage des productions destinées au marché de la télévision, selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), Québec, 1998-2006



Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

4.1.6 La langue des productions doublées

Comme sur le marché des salles de cinéma, la prédominance des doublages de l'anglais vers le français ne s'est pas démentie sur le marché de la télévision : c'est le cas de 881 contrats sur les 927 contrats destinés à la télévision entre 1998 et 2006, soit 95 % des contrats. Quelques productions (27) ont été doublées du français vers l'anglais, tandis que les productions en version originale autre que le français et l'anglais ont été pour la plupart (13) doublées vers l'anglais (tableau 32). Cette situation est tributaire du marché général de la télévision lequel est dominé, en matière d'importation, par la part tenue par les productions réalisées en version originale anglaise.

Tableau 32

Nombre de contrats destinés au marché de la télévision¹ selon la version originale et de doublage, Québec, 1998-2006

Version originale	Version doublée			Total
	anglais	français	autre	
anglais	2	881	1	884
français	27	2		29
autre	13	1		14
Total	42	884	1	927

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

4.2 En résumé

Les principales observations concernant l'évolution du doublage au Québec de productions télévisuelles sont les suivantes :

- Le marché du doublage des productions destinées à la télévision est passé de 3,1 M\$ à 7,6 M\$ entre 1998 et 2006. Contrairement au marché des salles de cinéma et des vidéoclubs, où le nombre d'entreprises actives est peu élevé, la presque totalité des maisons québécoises de doublage œuvrent sur ce marché. On note toutefois que quatre (4) d'entre elles ont réalisé 70 % du chiffre d'affaires entre 2002 et 2006. Les activités demeurent donc concentrées sur un petit nombre d'entreprises.
- À l'instar de l'évolution du chiffre d'affaires des entreprises, les revenus d'emplois ont connu une croissance régulière pour s'établir à 3,8 M\$ en 2006 soit un montant comparable aux revenus générés (3,6 M\$) sur le marché des salles de cinéma au cours de la même année.

5 LE MARCHÉ DES VIDÉOCLUBS

Plusieurs productions doublées au Québec et exploitées sur le marché du vidéoclub, l'ont été précédemment sur celui des salles ou de la télévision. Il sera donc principalement question dans le présent chapitre des productions doublées au Québec pour une exploitation directe sur le marché de la vidéo.

Rappelons que nous avons déjà exposé, au chapitre 2, les faits saillants de l'évolution des activités de doublage des productions destinées à ce marché. Ainsi, de 39 contrats annuels réalisés en moyenne entre 1998 et 2001, ce marché est passé à 58 contrats et à une valeur de 2,1 M\$ en 2006 pour occuper, au cours de la même année, un part équivalant à 12 % de la valeur totale des contrats de doublage.

Dans la section qui suit et comme nous l'avons fait dans les précédentes pour les autres marchés, nous produirons, outre la présentation de quelques éléments contextuels, de l'information statistique plus détaillée concernant le doublage des productions qui sont destinées à ce marché. Nous compléterons le chapitre par l'exposition de données statistiques relatives à la mise en marché des productions audiovisuelle dans les vidéoclubs selon les versions linguistiques et, le cas échéant, selon le lieu de doublage. Pour des raisons de confidentialité des données, certains indicateurs ne peuvent être présentés sous forme de tableaux détaillés. Seules des données agglomérées peuvent être rendues publiques.

5.1 Caractéristiques du marché du doublage des productions destinées au marché des vidéoclubs

5.1.1 Éléments contextuels

Le marché de la vidéo est l'un des plus importants marchés de la production audiovisuelle étrangère au Québec. On y retrouve des productions qui ont été exploitées précédemment dans les salles de cinéma et à la télévision, mais aussi des productions étrangères exploitées au Québec sur ce seul marché, ce qui inclut toutes les catégories de productions cinématographiques et télévisuelles, mais également des DVD musicaux, DVD pratiques, d'exercices, de séries pédagogiques, de récits d'aventure, de voyages, etc. Ces productions proviennent de différents pays, mais le plus souvent des États-Unis. Un très grand nombre d'entre elles ont donc été produites en langue originale anglaise et, selon leur niveau d'exploitation sur notre territoire, sont éventuellement disponibles en version française et, le cas échéant, en version doublée au Québec.

Par ailleurs, certains faits relatifs à l'exploitation de films ou de productions télévisuelles, en version doublée française, dans les vidéoclubs au Québec, ont retenu l'attention des médias au cours des dernières années. Nous croyons nécessaire de les rappeler ici afin d'en arriver à une compréhension commune de leurs causes et d'en mesurer l'ampleur avec justesse:

1) Dans le cas des productions télévisuelles, il arrive que l'achat de certaines séries populaires américaines par des réseaux de télévision francophones au Québec a pour effet d'en retarder la mise en marché dans les vidéoclubs, en version française, alors qu'elles y sont déjà disponibles en version anglaise. Il est important de préciser que cette situation est tributaire de l'exclusivité de diffusion en langue française que ces réseaux exigent lorsqu'ils acquièrent les droits de diffusion d'une série ou d'une minisérie et ce, pour la durée de leur licence. Cette disposition contractuelle, nécessaire à la rentabilité de ces productions auprès des commanditaires, explique le délai entre la diffusion d'une série ou d'une minisérie à la télévision francophone et sa sortie en version française en vidéoclub.

2) Dans le cas de productions télévisuelles ou encore de longs métrages doublés au Québec, on a dû constater également que la version française réalisée au Québec n'était pas toujours intégrée au menu (choix de langues) de l'édition DVD prévue pour une exploitation dans les vidéoclubs au Québec. Ce problème s'est produit, à quelques reprises, au cours des dernières années et est attribuable à des glissements dans la transmission d'information de la part du distributeur ou au sein de la maison de services devant produire l'édition du DVD pour le Québec. La fréquence de cette erreur serait en diminution, mais si elle advenait à nouveau, il demeurera important d'en informer les responsables afin qu'elle soit corrigée.

5.1.2 Le nombre d'entreprises, le volume et la valeur des contrats

Le nombre d'entreprises qui œuvrent annuellement sur le marché du vidéoclub s'est établi généralement à 3 au cours de la période, soit à moins du tiers du total des maisons de doublage actives au Québec. Entre 2002 et 2006, elles se sont partagé un chiffre d'affaires dont la moyenne s'est établie à 1,5 M\$ annuellement.

Tableau 33

Évolution des doublages des productions destinées au vidéoclub (premier marché) selon le nombre et les coûts, Québec, 1998-2006

Année	Entreprises	Contrats		Valeur des contrats de doublages	
		Moyenne annuelle	Total	Total	Part de la valeur de tous les contrats de doublage
		n	n	\$	%
1998-2001	3	10	39	1 523 994	3,5
2002-2004	3	33	98	3 622 853	7,2
2005	3	49	49	2 050 428	12
2006	4	58	58	2 077 422	12
Total		27	244	9 274 697	7

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Bien que l'information détaillée ne puisse être rendue publique, il faut retenir que la valeur moyenne des contrats de doublage visant le marché des vidéoclubs s'est élevée à 43 K\$ au cours de la période.

Les contrats dont les coûts se sont situés entre 30 000 \$ et 59 999 \$ ont représenté 80 % du volume des doublages de ce marché (195 contrats sur 244). En 2006, 42 contrats s'inséraient dans cette catégorie, soit cinq fois plus que le nombre moyen au cours de la période 1998-2001. Par ailleurs, les contrats dont les coûts étaient de 29 999 \$ et moins ont constitué la majorité des autres contrats, alors que ceux de plus de 60 000 \$ ne comptaient que pour un très petit nombre.

5.1.3 Les formats et les catégories de production

a) Le format

Le marché du vidéoclub est constitué dans sa quasi-totalité d'œuvres uniques, celles-ci constituant 96 % des contrats et totalisant des coûts de 8,9 M\$. Les longs métrages constituent par ailleurs 83 % des contrats. Enfin, les 11 contrats restants prennent tantôt la forme de séries, tantôt celle de miniséries.

b) La catégorie

Les contrats de doublage relatifs au marché des vidéoclubs ont visé, entre 1998 et 2006, des œuvres de fiction dans 96 % des cas. Ces contrats ont totalisé 9,1 M\$ en valeur de contrats, soit 97 % du chiffre d'affaires sur ce marché. On a dénombré seulement dix contrats dans la catégorie des documentaires.

5.1.4 Les revenus d'emploi

Tableau 34

Répartition de la valeur des contrats de doublage des productions destinées aux vidéoclubs, selon les différents coûts (prestations des comédiens, rémunération des autres services professionnels, autres coûts de doublage), 1998-2006

Année	Coûts de main-d'œuvre			Autres coûts de doublage	Valeur totale des contrats de doublage
	Prestations des comédiens	Rémunération des autres services professionnels	Total		
	\$	\$	\$	\$	\$
1998	64 783	48 895	113 678	116 247	229 925
1999	93 673	91 460	185 133	182 843	367 976
2000	35 325	39 436	74 761	131 142	205 903
2001	189 526	219 727	409 253	310 937	720 190
2002	203 214	234 612	437 826	474 666	912 492
2003	379 342	448 685	828 027	879 993	1 708 020
2004	221 192	245 965	467 157	535 184	1 002 341
2005	462 936	488 017	950 953	1 099 475	2 050 428
2006	562 087	555 956	1 118 043	959 379	2 077 422
Total	2 212 078	2 372 753	4 584 831	4 689 866	9 274 697

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable au doublage, selon la date de réalisation des travaux.

Les revenus d'emplois (prestations des comédiens et autres services professionnels), provenant du doublage des productions destinées au marché des vidéoclubs, ont représenté en moyenne 48,5 % de la valeur des contrats de doublage. En 2006, les coûts de main-d'œuvre ont totalisé 1,1 M\$, soit un montant dix fois plus élevé qu'en 1998, et constituaient ainsi 54 % des coûts totaux de doublage. Les prestations des comédiens s'élevaient à 562 K\$ en 2006, soit 28 % des coûts totaux de doublage; la moyenne pour la période était de 24 %. On notera que les prestations des comédiens se sont maintenues à une part de 49 % des coûts de main-d'œuvre, soit légèrement moins que dans les cas du marché du cinéma (54 %), et du marché de la télévision (57 %).

5.1.5 Langue des productions doublées

Les 244 doublages destinés au marché des vidéoclubs se sont divisés en 237 contrats de doublage de l'anglais vers le français, et en 7 contrats de doublage du français vers l'anglais. Il n'y a pas eu de doublage de productions dont la langue originale était autre que le français ou l'anglais.

5.6 La part des doublages québécois sur l'ensemble des films distribués dans les vidéoclubs³⁴

L'examen de la mise en marché des productions audiovisuelles destinées au marché des vidéoclubs fait apparaître quatre segments distincts : les films à distribution minimale (moins de 10 000 copies), les films à distribution moyenne (de 10 000 à 30 000 copies) et (de 30 000 à 50 000), les films à distribution forte (de 50 000 à 100 000 copies) ainsi que les films à distribution très forte (100 000 copies et plus).

Ainsi, le décompte du nombre de copies de vidéogrammes mis en marché par titre de films exploités en version doublée montre que plus ce nombre est élevé, plus le pourcentage des doublages réalisés au Québec l'est (Voir tableau 35). Entre 2003 et 2006, le doublage au Québec des films à distribution forte (entre 50 000 et 100 000 copies) et très forte (100 000 copies et plus) l'était dans une proportion moyenne de 68 % et 64 % (tableau 35, sections 35.4 et 35.5), tandis que pour les films à distribution faible ou moyenne (tableau 35, sections 35.1, 35.2 et 35.3), cette proportion s'établit en moyenne à 3,0 % pour les premiers et à 36 % et 59 % pour les seconds. Dans toutes les catégories, sauf les films à

³⁴ La Régie du cinéma ne saisit l'information relative au doublage des films mis en marché sous format vidéo que depuis 2003. Comme cette société n'est pas un organisme voué à la statistique, les données ne sont pas validées selon les protocoles en vigueur dans les organismes dont c'est la mission première. Cette information peut donc contenir une marge d'erreurs qu'il est difficile de quantifier. Par ailleurs, le nombre de courts métrages mis en marché sous format vidéo étant marginal, ils n'ont pas été inclus dans la présente compilation. Enfin, il n'est pas possible de produire de renseignements statistiques concernant les émissions ou les séries télévisées mis en marché. Le système d'émission des visas et l'information qui en découle ne permet pas de faire des compilations systématiques de variables comparables et le risque de faire de multiples comptes d'une même information est très élevé. Quant aux films (longs métrages) répertoriés, ils peuvent avoir été distribués dans les salles de cinéma ou à la télévision avant leur lancement en vidéogrammes, mais ils incluent également des productions exploitées exclusivement sous ce format. Enfin, on peut retrouver parmi les titres offerts, des films de répertoire. Ces statistiques représentent donc un univers plus vaste que celui des films présentés en salles de cinéma (tableau 21).

distribution réduite³⁵, le pourcentage des films disponibles en langue française s'élevait à plus de 90 %. Il ressort de cette compilation que plus le potentiel de revenus d'un film est élevé, plus il est disponible en français ainsi que doublé au Québec.

Tableau 35

Répartition des longs métrages (VOA) exploités sur le marché des vidéoclubs selon le nombre de vidéogrammes mis en marché et selon la disponibilité d'une version française et d'une version doublée au Québec, 2006

35.1 Films à distribution réduite (moins de 10 000 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	1367	275	20	37	2,7
2004	1190	178	15	25	2,1
2005	1145	220	19	45	3,9
2006	1446	209	14	38	2,6

35.2 Films à distribution moyenne (de 10 000 à 30 000 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	97	92	95	29	30
2004	80	76	95	27	34
2005	62	57	92	24	39
2006	100	92	92	43	43

35.3 Films à distribution moyenne (de 30 000 à 50 000 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	41	41	100	15	37
2004	47	46	98	31	66
2005	52	49	94	32	62
2006	59	58	98	43	73

35.4 Films à distribution forte (de 50 000 à 100 000 copies)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	52	52	100	23	44
2004	65	65	100	51	78
2005	52	52	100	33	63
2006	37	37	100	32	86

³⁵ On tiendra compte que dans tous les domaines culturels, il existe toujours un pourcentage de titres, généralement à diffusion restreinte, qui sont exploités au Québec sans que des versions françaises soient disponibles. C'est notamment le cas dans le domaine du livre, de la musique ou encore des productions télévisuelles. La situation sur le marché de la vidéo ne fait donc pas exception.

35.5 Films à distribution très forte (100 000 copies et plus)

Année	Total	Versions disponibles en français		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	25	25	100	14	56
2004	22	22	100	11	50
2005	20	20	100	15	75
2006	13	13	100	10	77

35.6 Tous les films

Année	Total	Versions disponibles en		Versions doublées au Québec	
	n	n	%	n	%
2003	1 485	393	26	89	6
2004	1 324	311	23	118	9
2005	1 269	341	27	125	10
2006	1 555	317	20	123	8

Source : Régie du cinéma

Compilation et recherche : SODEC

5.7 EN RÉSUMÉ

Les principales observations concernant le marché du doublage des productions destinées aux vidéoclubs sont les suivantes :

- Le marché du doublage des productions destinées aux vidéoclubs est passé de 1,5 M\$ en valeur de contrats à 2,1 M\$ entre 1998-2001 et 2006, une croissance significative qui plaçait, en 2006, sa part des activités de doublage au Québec à 12 %. Comme c'est le cas pour le doublage des productions destinées au marché des salles de cinéma, le nombre d'entreprises actives y est peu élevé : seules trois entreprises produisent des doublages pour le marché des vidéoclubs et se partagent un chiffre d'affaires annuel moyen de 1,5 M\$. Les revenus d'emploi ont atteint une moyenne annuelle de 760 K\$ au cours des dernières années (2002 à 2006) et environ 50 % de ce montant visent la rétribution des comédiens pour leurs prestations.
- L'étude de l'ensemble des longs métrages mis en marché sous format vidéo montre que plus la mise en marché des productions est élevée, plus est fréquente sa disponibilité en langue française, et le cas échéant, en version doublée au Québec. Pour les films à forte et très forte distribution, 100 % des productions sont disponibles en version française et une proportion respectivement moyenne de 68 % et 64 % de ces versions ont été réalisés au Québec, entre 2003 et 2006.

6. LES MESURES DE SOUTIEN AU DOUBLAGE DU GOUVERNEMENT DU QUÉBEC

Diverses mesures de soutien à l'industrie du doublage ont été mises en place par le Gouvernement du Québec depuis 1998. En voici le descriptif succinct.

6.1 LES MESURES FISCALES

Le crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films vise exclusivement les activités de doublage réalisées au Québec, qu'elles soient destinées au marché des salles, de la télévision ou des vidéoclubs. Le crédit d'impôt représente 29,1667 % des dépenses totales admissibles (dépenses de main-d'œuvre), ces dernières ne pouvant excéder 40,5 % de la valeur du contrat de doublage. Si la plupart des productions sont admissibles (œuvres fictives, documentaires, jeux ou questionnaires destinés aux enfants de moins de 13 ans³⁶, émissions télévisuelles de type variétés ou magazine satisfaisant à certaines exigences), certaines en sont exclues, notamment les films promotionnels, les vidéoclips, les émissions d'actualité, d'affaires publiques ou les reportages, la télévision réalité, les reportages de tournage (making of), etc. De 1998 à 2003, le montant du crédit d'impôt s'est maintenu, en moyenne, à 12 % de la valeur des contrats. De 2004 à 2006, il a plutôt atteint une moyenne de 11 %, s'élevant à 2 M\$ en 2006. En 2006, un montant de 919 000 \$ a été accordé pour le doublage des longs métrages destinés aux salles de cinéma.

Tableau 36

Évolution du montant de crédit d'impôt accordé au doublage, selon le premier marché, Québec, 1998-2006

Année	Marchés			Total
	Salles de cinéma	Télévision	Vidéoclubs	
			\$	
1998	675 687	407 127	31 037	1 113 851
1999	670 370	501 962	47 286	1 219 618
2000	753 268	763 479	24 053	1 540 800
2001	768 803	764 936	97 216	1 630 955
2002	1 032 943	845 986	120 857	1 999 786
2003	988 730	804 958	216 510	2 010 198
2004	998 616	873 599	115 365	1 987 580
2005	859 288	861 123	234 340	1 954 751
2006	919 008	879 786	244 366	2 043 160
Total	7 666 713	6 702 956	1 131 030	15 500 699

³⁶ Et non pas les autres types de jeu ou questionnaire.

Source : SODEC, compilations relatives aux décisions préalables favorables émises aux fins du crédit d'impôt remboursable pour le doublage de films, selon la date de réalisation des travaux.

Une deuxième mesure fiscale, visant cette fois les productions cinématographiques et télévisuelles, stipule également que lorsque la demande de décision préalable ou de certification finale d'une production de langue originale autre que le français est accompagnée d'un engagement d'un télédiffuseur selon lequel la production sera diffusée en français au Québec, ou encore d'un engagement d'un titulaire d'un permis de distribution selon lequel la production sera exploitée en français en salle au Québec, le doublage en français de la production à l'égard duquel la demande aura été déposée devra avoir été effectué au Québec. La SODEC peut révoquer la décision préalable ou la certification finale délivrée relativement à une production de langue originale autre que le français si une telle production est ultérieurement diffusée en français, au Québec, dans une version doublée ailleurs qu'au Québec, et si la SODEC est d'avis qu'une telle exploitation était envisagée ou prévisible au moment du dépôt de la demande de décision préalable ou de certification finale relative à cette production. Ce pouvoir de révocation est limité à un délai de trois années suivant la date du dépôt de la demande de certification finale, auprès de la SODEC, à l'égard de cette production.

6.2 LE PROGRAMME D'AIDE À LA PRODUCTION (CINÉMA ET PRODUCTION TÉLÉVISUELLE) - SODEC

Diverses conditions d'admissibilité régissent l'aide sélective de la SODEC à la production de longs métrages de fiction. Concernant le doublage de ces films, le Programme d'aide à la production – cinéma et production télévisuelle – énonce les dispositions particulières suivantes : « Pour les productions dont la langue originale est autre que le français, la SODEC exige que le doublage ou le sous-titrage de l'œuvre en français soit prévu dans le devis de production ou dans les ententes de distribution et précise que dans le cas d'une exploitation au Québec, le doublage doit être effectué par une entreprise établie au Québec.»³⁷

6.3 LES AUTRES MESURES DE SOUTIEN

Du côté de la Régie du cinéma, la tarification des visas pour présentation en public (salles de cinéma) et des étiquettes pour usage domestique (vidéoclubs) est conçue pour être avantageuse pour les films doublés au Québec, de même que pour les films québécois et les films en version originale française. De fait, si un film régulier coûte 10 \$ par visa pour les 10 premiers visas et 200 \$ pour les visas suivants, un film doublé au Québec coûte 10 \$ par visa quel qu'en soit le nombre. Ainsi, le distributeur d'un film à grand déploiement dont le nombre de copies s'élèverait à 50 économiserait 7 600 \$ en le doublant au Québec.

³⁷ Programme d'aide à la production, Cinéma et production télévisuelle, 2007-2008, p. 6

Par ailleurs, la Régie du cinéma a entrepris, depuis 2003, de répertorier les productions doublées en fonction du lieu de doublage et appose, lorsque la production est doublée au Québec, une étiquette le mentionnant sur les coffrets de DVD. Cette mesure constitue un incitatif à doubler au Québec dans la mesure où, le lieu de doublage étant rendu public, les consommateurs peuvent, le cas échéant, privilégier ces productions aux autres.

7. CONCLUSION

Le doublage, tout comme le sous-titrage, est un secteur de services qui consiste à adapter la production audiovisuelle étrangère dans la langue de la population d'un pays, d'une région ou d'un territoire donné. Cette activité est tributaire, peu importe le territoire, de différents vecteurs de développement dont :

- 1) L'importance de l'exploitation et des revenus de la production étrangère sur ce territoire sur les différents marchés;
- 2) La force économique des entreprises qui assure la distribution ou la diffusion de cette production;
- 3) La capacité du marché de ce territoire à rentabiliser les coûts de mise en marché, y incluant, si nécessaire, les coûts d'adaptation linguistique (doublage ou sous-titrage) de ces productions;
- 4) L'existence ou non d'entreprises réalisant des sous-titrages ou des doublages dans la même langue sur d'autres territoires et, le cas échéant, leur force relative sur le marché;
- 5) Les préférences du public en matière d'adaptation linguistique, lesquelles expriment, d'une part, des habitudes de consommation acquises progressivement, et témoignent, d'autre part, de références culturelles et identitaires plus ou moins affirmées de ce même public.
- 4) Les lois et les règlements en vigueur concernant la langue et la diffusion des productions audiovisuelles;
- 5) Et enfin, les mesures de soutien public aux entreprises de doublage ou de sous-titrage.

Le présent document a permis de documenter ces différents éléments et leurs effets sur le développement des activités de doublage, notamment au Québec. Il visait, par la même occasion, à dresser le portrait de notre industrie et son évolution depuis la publication du *rapport Lampron* en 1997. Rappelons que les objectifs et les mesures retenues dans ce rapport visaient la consolidation des activités québécoises de doublage des productions destinées au marché des salles de cinéma et l'élargissement des activités de doublage des productions diffusées à la télévision et dans les vidéoclubs.

Notre étude a permis de constater que les activités de doublage ont progressé de façon constante de 1998 à 2003, ce qui est attesté par l'augmentation soutenue du chiffre d'affaires des entreprises, soit un taux de croissance annuel moyen de 15,3 %. Puis, pour la période allant de 2003 à 2006, la croissance des activités de doublage s'est modérée avec un taux de 2,1 %. En écho, cette évolution a eu des répercussions similaires positives sur la croissance des revenus de l'ensemble des professionnels œuvrant dans le secteur, y incluant les comédiens de l'Union des artistes.

Nous espérons que ce rapport pourra contribuer à l'actualisation d'une stratégie qui s'est avérée efficace jusqu'à maintenant pour consolider et dynamiser l'ensemble des marchés de ce secteur d'activités au Québec.

BIBLIOGRAPHIE

- Foreign Trade Barriers (Mexico), Film Law.* [En ligne]. Adresse URL : http://www.sice.oas.org/ctvindex/USA/ftbmex2000_e.pdf, (13 août 2007)
- GILL, Anne-Marie. Les quotas à la télévision française, notes d'information, *SODEC, février 2004.*
- LECLERC, Jacques. *L'aménagement linguistique dans le monde : La Catalogne*, [En ligne]. Adresse URL: <http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/europe/espagnecatalogne.htm>, (13 août 2007)
- LECLERC, Jacques. *L'aménagement linguistique dans le monde : Brésil, politique linguistique à l'égard du portugais*, [En ligne]. Adresse URL : <http://www.tfq.ulaval.ca/AXL/amsudant/bresil-2pol-portugais.htm>,
- Mexico Connect. *Mexican Economic Report*, [En ligne]. Adresse URL: <http://www.mexconnect.com/MEX/lloyds/llydeco0604.html>, (21 août 2007)
- MEYER-DINKGRÄFE, Daniel. Dubbing Practices in Germany: Procedures and Aesthetic Implications. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.folkbildning.net/~e-kurs/sound/DMD-Synchron.htm>,
- Observatoire Européen de l'Audiovisuel. *Annuaire 2005 : Cinéma – Vidéo*, volume 3, 111 p.
- OLON CONSULTANTS. *Audiovisual Industry; Trade and Investment Barriers in Third Country Markets*, [En ligne]. Adresse URL: http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/00002413.pdf.en (13 août 2007)
- MAXWELL, Steer. *A Brief History of Film Dubbing – Part 1.* [En ligne]. Adresse URL: <http://msteer.co.uk/analytical/jfilmdubbing1.html>, (1er avril 2008)
- MAXWELL, Steer. *A Brief History of Film Dubbing – Part 2.* [En ligne]. Adresse URL: <http://msteer.co.uk/analytical/jfilmdubbing2.html>, (1er avril 2008)
- Catalogne. *Loi sur la politique linguistique du 7 janvier 1998.* [En ligne]. Adresse URL: <http://www.tfq.ulaval.ca/axl/Europe/espagnecatalognepollng.htm>, (31 mars 2008)
- Subtitling, Dubbing & International Film. *Subtitling, Dubbing, & the Future of International Film* [En ligne]. Adresse URL: http://ics.leeds.ac.uk/papers/vp01_cfm?outfit=ifilm&folder=17&paper=23 (1^{er} avril 2008)
- BLINN, Miika. *Path Dependence of Dubbing in the German Film Market.* [En ligne]. Adresse URL: <http://www.dime-eu.org/files/active/0/Blinn-AB.pdf>, (23 mai 2008)
- MARZÀ, Anna, CHAUME, Frederic, TORRALBA, Glòria, ALLEMANY, Ana. *The Language we Watch: an Approach to the Linguistic Model of Catalan in Dubbing¹*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.aber.ac.uk/mercator/images/ChaumeandMarza.pdf>, (4 avril 2008)
- JULIEN, Samuel. L'exception-expression culturelle bretonne (*Diversité culturelle contre diversité linguistique ?*) [En ligne]. Adresse URL: <http://www.aber.ac.uk/mercator/images/SamuelJulien.pdf>, (4 avril 2008)

HEISS, Christine. *Dubbing Multilingual Films: A New Challenge?* [En ligne]. Adresse URL: <http://www.erudit.org/revue/meta/2004/v49/n1/009035ar.html>, (28 mars 2008)

ARIZA, M. Carmen Gil. *A Case Study: Spain as a Dubbing Country*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www accurapid.com/journal/29movies.htm>, (31 mars 2008)

DIAZ-CINTAS, Dr. Jorge. *Workshop: Subtitling*. [En ligne]. Adresse URL : <http://www.literarytranslation.com/workshops/almodovar/>, (31 mars 2008)

NAGEL, Professor Klaus-Jürgen. *Transcending the National/Asserting the National. How Stateless Nations Like Scotland, Wales and Catalonia React to European Integration*. [En ligne]. Adresse URL: http://www.anu.edu.au/NEC/Archive/k_nagel.pdf, (3 juillet 2002)

MALUT, Ramez. *A Potential Untapped? Why Dubbing Has Not Caught on in the Arab World*. [En ligne]. Adresse URL : <http://www.tbsjournal.com/Maluf.html>, (1^{er} avril 2008)

BRUNO, Marcelo. *Re: Brazilian Portuguese is a Diglossic Language*. [En ligne]. Adresse URL: <http://sci.tech-archive.net/Archive/sci.lang/2005-02/0915.html>, (9 février 2005)

GARCIA DE TORO, Ana Christina, CHAUME, Frederic. *Translating Audiovisual Texts in the Bilingual Context of the Catalan-Speaking Areas: the Case of Spanish – Catalan Translation*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.aber.ac.uk/mercator/images/ChaumeandGarcia.pdf>, (4 avril 2008)

Media Law & Regulation – Quotas and Levies. [En ligne]. Adresse URL: http://www.terramedia.co.uk/law/quotas_and_levies.htm, (1^{er} avril 2008)

O'CONNELL, Eithne. *Minority Language Dubbing for Children: Strategic Considerations*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.aber.ac.uk/mercator/images/eithne1.pdf>, (4 avril 2008)

XII. *Catalan in the Cinema Sector in Catalonia*. [En ligne]. Adresse URL: http://www6.genocat.net/llenqcat/informe/angles/a_cap12_05.pdf, (4 avril 2008)

SZARKOWSKA, Agnieszka. *The Power of Film Translation*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.proz.com/translation-articles/articles/345/1/The-Power-of-Film-Translation>, (1^{er} avril 2008)

SANTIAGO ARAÚJO, Vera Lucia. *To Be or Not to Be Natural: Clichés of Emotion in Screen Translation*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.erudit.org/revue/meta/2004/v49/n1/009031ar.html>, (4 avril 2008)

DUBBING (Filmmaking). [En ligne]. Adresse URL: [http://64.233.167.104/search?q=cache:OUzQ4D7XoSUJ:wapedia.mobi/en/Dubbing_\(filmmaking\),](http://64.233.167.104/search?q=cache:OUzQ4D7XoSUJ:wapedia.mobi/en/Dubbing_(filmmaking),) (1^{er} avril 2008)

BORGES, Jorge Luis. *Dubbing vs. Sub-Titling of Foreign Language Movies*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.zonalatina.com/Zldata163.htm>, (1945)

VIVARELLI, Nick. *Dubbing Becomes Major Migraine*. [En ligne]. Adresse URL : <http://www.variety.com/article/VR1117970061.html?categoryid=13&cs=1>, (1^{er} avril 2008)

BLINN, MIIKA. *The Dubbing Standard: Its History and Efficiency Implications for Film Distributors in the German Film Market*. [En ligne]. Adresse URL: <http://www.dime-eu.org/files/active/0/BlinnPAPER.pdf>, (London, May 22-23 2008)

MEDIA CONSULTING GROUP IN PARTNERSHIP WITH PEACEFULFISH. *Study on Dubbing and Subtitling Needs and Practices in the European Audiovisual Industry*. [En ligne]. Adresse URL: http://ec.europa.eu/information_society/media/overview/evaluation/index_en.htm, section Studies.

ANNEXE 1 DÉCRET FRANÇAIS RELATIF AU DOUBLAGE DES LONGS MÉTRAGES

Décret 90-174 du 23 Février 1990 modifié pris pour l'application des articles 19 à 22 du code de l'industrie cinématographique et relatif à la classification des œuvres cinématographiques

TITRE Ier : DE LA COMMISSION DE CLASSIFICATION
DES OEUVRES CINEMATOGRAPHIQUES

Art. 17. - (Modifié par Décret 96-776 du 2 Septembre 1996, art 1, JORF 7 septembre 1996)

- L'exploitation d'une œuvre cinématographique doublée en langue française est subordonnée à l'obtention d'un visa distinct de celui délivré pour l'exploitation de l'œuvre dans la version originale.
- Le visa d'exploitation en version doublée ne peut être accordé que si la version originale a obtenu le visa d'exploitation et si le doublage a été entièrement réalisé dans des studios situés sur le territoire français ou sur le territoire d'un autre État, membre de l'Union européenne ou Partie à l'accord sur l'Espace économique européen du 2 mai 1992. Toutefois, cette seconde condition n'est pas exigée pour les œuvres d'origine canadienne doublées au Canada.
- Les œuvres cinématographiques étrangères présentées en version originale doivent être présentées à la commission de classification dans la version exacte où elles seront exploitées en France.
Doivent être remis en même temps :
 - le texte et la traduction juxtalinéaire en français du titre ou du dialogue et, le cas échéant, dessous-titres de la version originale ;
 - le texte des sous-titres français de la version exploitée en France.

ANNEXE 2 ARTICLE 83 DE LA LOI SUR LE CINÉMA

83. La Régie ne délivre de visa, pour la présentation en public d'une version autre qu'en français d'un film, que selon les règles suivantes:

1° il peut être délivré au maximum, pour des copies de cette version, le même nombre de visas que le requérant en demande pour des copies d'une version doublée en français du film, à la condition que ces dernières soient rendues disponibles pour les exploitants de lieux de présentation de film en public en même temps que les premières;

2° un visa peut être délivré pour toute copie sous-titrée en français;

3° un visa peut être délivré pour autant de copies qu'il en est demandé, à la condition que le requérant dépose à la Régie avec la demande un contrat assurant, dans un délai que celle-ci juge raisonnable, le doublage en français du film au Québec de même que la preuve de la remise des éléments requis pour l'exécution de ce contrat à la personne qui en est chargée;

4° un visa temporaire peut être délivré, s'il n'existe aucune version doublée en français du film au moment du dépôt de la demande.

Durée du visa temporaire.

La durée du visa temporaire est de 45 jours à compter de la date de la première présentation du film en public pour des fins commerciales et il peut être délivré pour autant de copies qu'il en est demandé, à moins que le gouvernement, par règlement, ne fixe une durée moindre ou qu'il ne détermine le nombre maximum de copies pour lequel il peut être délivré.

Restriction.

Il ne peut être délivré de visa en vertu du paragraphe 3° du premier alinéa pour une copie d'un film à l'égard duquel un visa temporaire a été délivré.

Restriction.

Après l'expiration de visas temporaires, il ne peut être délivré de visa que pour une copie du film, à moins d'obtenir un visa en vertu des paragraphes 1° ou 2° du premier alinéa.

1983, c. 37, a. 83; 1991, c. 21, a. 14.

Prolongation de délai.

83.1. La Régie peut, à la demande du titulaire d'un visa temporaire, en prolonger la durée d'au plus 15 jours s'il est établi que le doublage en français du film, bien que requis avec diligence, ne peut, en raison d'un empêchement sérieux, imprévu et indépendant de la volonté de ce titulaire, être exécuté avant la date originaire d'expiration du visa.

Restriction.

La Régie ne peut toutefois accorder une telle prolongation au titulaire d'un permis de distributeur pour plus de deux films par période de 12 mois.

1991, c. 21, a. 14.