

PROFIL

2021

RAPPORT ÉCONOMIQUE SUR
L'INDUSTRIE DE
LA PRODUCTION DE
CONTENU SUR ÉCRAN
AU CANADA

25^E ÉDITION

PROFIL

2021

RAPPORT ÉCONOMIQUE SUR
L'INDUSTRIE DE
LA PRODUCTION DE
CONTENU SUR ÉCRAN
AU CANADA

25^E ÉDITION



AQPM

Canada

TELEFILM PARTENAIRE
CANADA DE
CHOIX

Publié par l'Association canadienne des producteurs médiatiques en collaboration avec l'Association québécoise de la production médiatique, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada

Données compilées et analysées par le Groupe Nordicité

Profil 2021 est publié par l'Association canadienne des producteurs médiatiques (ACPM) en collaboration avec l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm Canada et le Groupe Nordicité ltée.

Cette 25^e édition du rapport offre une analyse de l'activité économique de l'industrie canadienne de la production de contenu sur écran entre le 1^{er} avril 2020 et le 31 mars 2021 ainsi que des tendances qui l'ont marquée depuis l'exercice financier 2011-2012.



Ottawa
251, av. Laurier Ouest, 11^e étage
Ottawa ON K1P 5J6

Tél : 1-800-656-7440 / 613-233-1444
ottawa@cmpa.ca
cmpa.ca

Toronto
1, rue Toronto, bureau 702
Toronto ON M5C 2V6

Tél : 1-800-267-8208 / 416-304-0280
toronto@cmpa.ca

Vancouver
736, rue Granville, bureau 600
Vancouver BC V6Z 1G3
Tél : 1-866-390-7639 / 604-682-8619
vancouver@cmpa.ca

Kyle O'Byrne
Directeur des politiques

Stephanie Ritter
Coordonnatrice des politiques
et des affaires administratives



Ministère du Patrimoine canadien
25, rue Eddy
Gatineau QC K1A 0M5

Tél : 1-866-811-0055 ou 819-997-0055
Téléscripteur / ATME : 819-997-3123
PCH.info-info.PCH@canada.ca

<https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien.html>

Le ministère du Patrimoine canadien a contribué au financement du présent rapport, dont le contenu exprime l'opinion des auteurs et ne traduit pas nécessairement sa politique ni son point de vue ni ceux du gouvernement du Canada.

Mohamad Ibrahim Ahmad
Superviseur, Statistiques et analyse
des données, BCPAC

Marwan Badran
Agent des statistiques et d'analyse des
données, BCPAC

Vincent Fecteau
Analyste principal de recherche,
Industries culturelles

Adnan Hadzimahovic
Analyste de politiques, Politique et
programmes du film et de la vidéo

Peter Mann
Analyste principale de politiques,
BCPAC

Ali Ruzindana
Analyste principal de politiques,
Politique et programmes du film
et de la vidéo

Wayne Timbers
Gestionnaire Politique et programmes
du film et de la vidéo



360, rue Saint-Jacques, bureau 500
Montréal QC H2Y 1P5

Tél : 1-800-567-0890 / 514-283-6363
info@telefilm.ca
telefilm.ca

Téléfilm Canada a contribué au financement du présent rapport, dont le contenu exprime l'opinion des auteurs et ne traduit pas nécessairement sa politique ni son point de vue ni ceux du gouvernement du Canada.

Mathieu Perreault
Spécialiste, Analyse économique et
performance des programmes

Elisa Suppa
Attaché, Affaires corporatives et
relations avec l'industrie



1470, rue Peel, bureau 950, Tour A
Montréal QC H3A 1T1

Tel: 514-397-8600
info@aqpm.ca
aqpm.ca

Hélène Messier
Présidente-directrice Générale

Annie Provencher
Responsable des affaires réglementaires
et de la veille stratégique

Anne-Valérie Tremblay
Conseillère en financement



Dustin Chodorowicz
Partenaire

Peter Lyman,
Partenaire principal

Kristian Roberts
Directeur associé

Stephen Hignell
Directeur adjoint

Greg McClary
Gestionnaire principal

Balvinder Chowdhar
Consultant

Zoe Chronis Brown
Analyste principale

Alex Gibbs
Analyste

nordicity.com

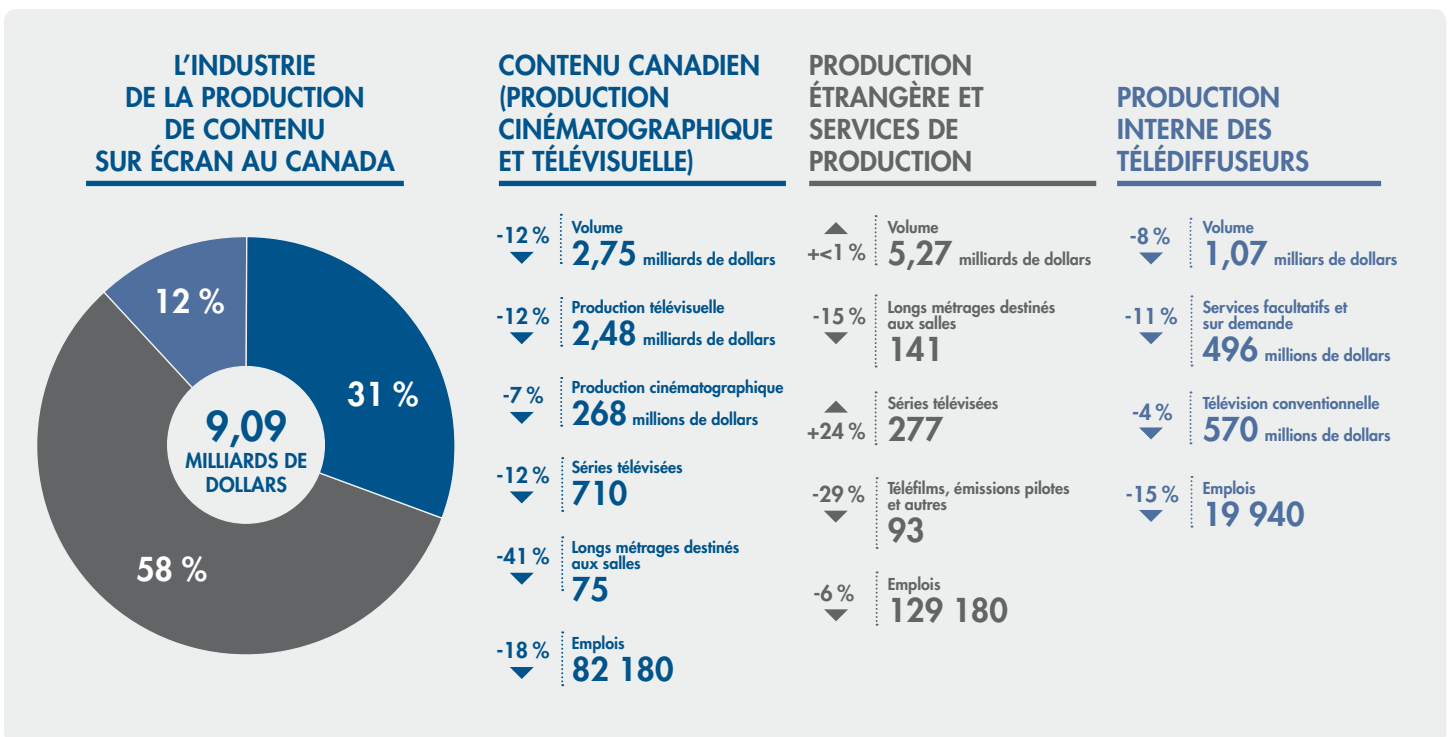
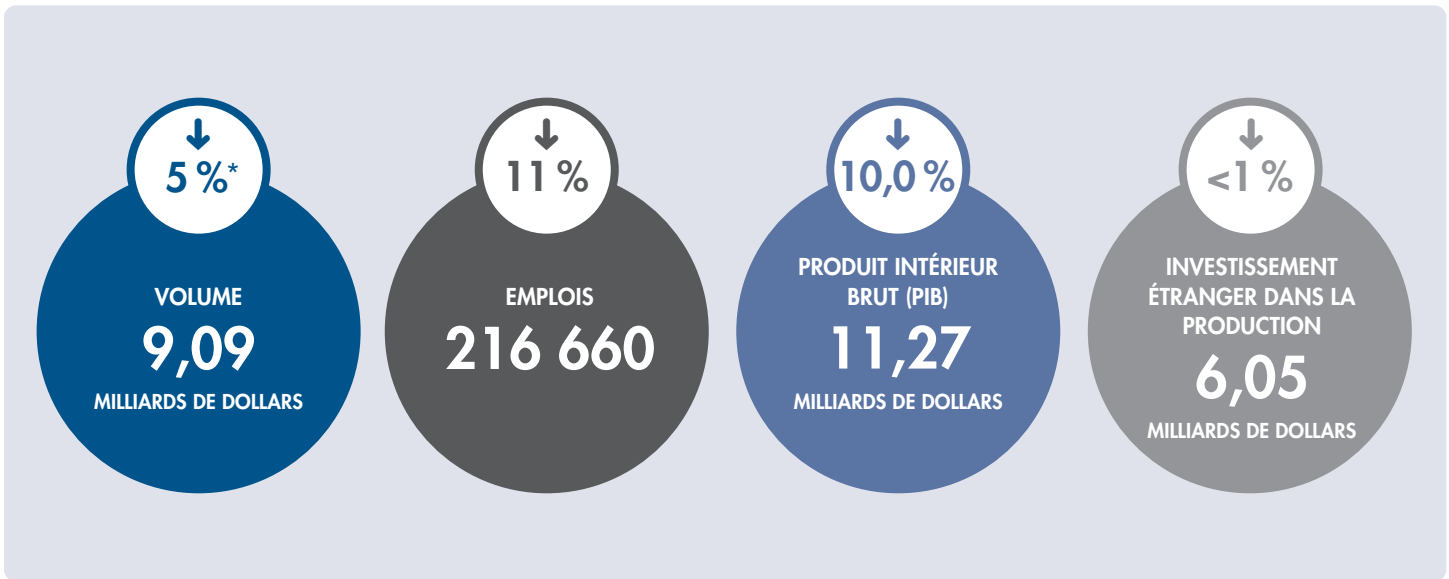
Le Groupe Nordicité est un cabinet conseil international de premier plan qui offre à ses clients des secteurs privé et public des solutions en analyse économique et politique, en stratégie organisationnelle et en réglementation dans quatre domaines clés : arts, culture et patrimoine; médias numériques et créatifs; technologies de l'information et des communications (TIC) et innovation; et télécommunications et spectre.

TABLE DES MATIÈRES

Un coup d'œil	4	7. Production interne des télédiffuseurs.....	70
Texte d'ouverture	5	Volume de production	72
1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada ..	11	Genres	73
Production cinématographique et télévisuelle au Canada	13	Région.....	74
Région.....	16	8. Distribution	75
Investissements étrangers dans la production	16	Revenus.....	76
Apport à l'emploi et à l'économie.....	18	Investissements dans des productions canadiennes	77
2. Production de contenu canadien.....	24	9. Télédiffusion et auditoire	78
Moyen de diffusion	26	Revenus.....	80
Langue	28	Émissions de télévision les plus regardées	81
Genre	29	Part d'auditoire.....	83
Œuvres d'animation	30	10. Diffusion en salles et auditoire	84
Région.....	31	Total des revenus.....	85
Financement.....	32	Festivals de cinéma	86
3. Production télévisuelle canadienne	33	Tendances en matière de recettes-guichet au pays.....	87
Types.....	35	Recettes-guichet selon la langue du marché	89
Langue	36	Principaux longs métrages selon la langue du marché ..	90
Genre	37	11. Entreprises de distribution de radiodiffusion	92
Budget.....	41	Abonnés et revenus des EDR	93
Œuvres d'animation	42	Investissements dans les productions canadiennes	94
Points de contenu canadien	42	Remarques méthodologiques	95
Région.....	43	Glossaire	98
Fonds des médias du Canada	44		
Financement.....	48		
4. Production de longs métrages cinématographiques canadiens	51		
Langue	54		
Budget.....	55		
Genre	56		
Région.....	56		
Financement.....	57		
5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités ..	58		
Résultats pour l'ensemble des créneaux de diffusion	60		
Télévision	62		
Longs métrages.....	64		
6. Production étrangère et services de production	65		
Total des productions et types	67		
Région.....	68		
Pays	69		

UN COUP D'ŒIL

L'industrie de la production de contenu sur écran au Canada



Sources : **Contenu canadien** : Estimations fondées sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). **Production étrangère et services de production** : Association des agences de financement provinciales et territoriales. **Production interne des télédiffuseurs** : Estimations fondées sur les données du CRTC et de CBC/Radio-Canada.

Remarque : Certains sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Dans le présent rapport, les termes « volume » ou « volume total » font référence à la somme des budgets de production.

Texte d'ouverture

Au cours du dernier quart de siècle, le *Profil* de l'ACPM s'est imposé en tant qu'autorité incontournable en ce qui concerne l'information sur l'état économique du secteur de la production de contenu sur écran au Canada. Grâce à la collecte et à la compilation de données provenant d'une grande variété de sources, le *Profil* fait le suivi d'une industrie dont la taille a plus que doublé, passant de 4,6 milliards de dollars en volume de production en 1996-1997 (en dollars 2020) à un sommet de 9,5 milliards de dollars avant la COVID en 2019-2020.

Bien que le *Profil* soit un rapport à visée économique, il constitue plus qu'un simple recueil de données publiées : il représente aujourd'hui la persévérance. Après deux décennies et demie de mondialisation, de progrès technologiques, de perturbations et de facteurs économiques variables, ce rapport témoigne de l'esprit résilient et novateur qui définit le secteur canadien de la production de contenu sur écran.

Le 25^e anniversaire du *Profil* coïncide avec les répercussions de ce qui est sans doute l'élément perturbateur le plus important auquel le secteur n'ait jamais fait face : la pandémie de COVID-19. À la mi-mars 2020, la COVID-19 a paralysé l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. L'édition précédente de ce rapport, le *Profil 2020*, analysait l'activité économique de l'industrie canadienne de la production de contenu sur écran au cours de la période du 1^{er} avril 2019 au 31 mars 2020. Par conséquent, cette édition n'a pu tenir compte que des toutes premières répercussions liées à l'interruption des activités du secteur en raison de la pandémie. La présente édition du *Profil* présente le premier examen approfondi de l'impact qu'a eu la pandémie sur le secteur, du 1^{er} avril 2020 au 31 mars 2021.

Dans l'ensemble, le secteur de la production cinématographique et télévisuelle, qui comprend le contenu canadien, la production étrangère et les services de production et la production interne des télédiffuseurs, a connu une baisse de 5 % de son volume sur douze mois. Toutefois, cette incidence n'a pas été ressentie de la même manière dans tous les segments. Le segment du contenu canadien a connu la baisse la plus marquée (-12 %), suivi de la production interne des télédiffuseurs (-8 %). Fait à noter, le volume de production du secteur de la PESP a enregistré une légère augmentation (<1 %) en 2020-2021.

L'écart entre les effets de la pandémie sur les segments canadiens et étranger peut s'expliquer, en grande partie, par les différentes possibilités d'accès aux couvertures d'assurance. Le secteur de la production a reçu le feu vert de la plupart des autorités sanitaires provinciales pour reprendre ses activités en juin 2020. Cette reprise a été possible grâce à la mise en place de lignes directrices et de protocoles rigoureux en matière de santé et de sécurité, élaborés dans le cadre d'un partenariat entre l'industrie et les gouvernements provinciaux. Malgré ces nouvelles mesures, les compagnies d'assurance ont refusé d'assurer les productions contre toute interruption de tournage et tout abandon de production causé par la pandémie de COVID-19. Alors que la plupart des productions étrangères tournées au Canada avaient l'appui de leurs studios (principalement américains) pour essentiellement s'autoassurer, cette option n'était pas financièrement viable pour les productions canadiennes, qui sont généralement de plus petite envergure et qui n'ont pas accès à la même somme de capital. Compte tenu des risques importants, les entreprises de production canadiennes n'étaient pas en mesure de lancer des productions sans couverture d'assurance. Par conséquent, l'industrie domestique est essentiellement demeurée fermée.

Devant l'absence de couverture d'assurance contre les interruptions de production qui seraient dues à un cas de COVID-19 sur le plateau, le gouvernement fédéral a lancé le Fonds d'indemnisation à court terme pour productions audiovisuelles canadiennes (FICT) de 50 millions de dollars. Administrée par Téléfilm Canada, cette mesure temporaire a permis à de nombreux producteurs de contenu canadiens de reprendre la production. Entre la fin du mois d'octobre 2020 (date de lancement du programme) et le 31 mars 2021 (date de fin de la période visée par le présent rapport), le FICT a fourni une couverture pour 187 productions, ce qui représente un volume total de production de 612 millions de dollars. Grâce à l'adhésion de l'industrie à des protocoles rigoureux en matière de santé et de sécurité et à l'impressionnante feuille de route des producteurs en matière de prévention des éclosions sur les plateaux de tournage, seulement un petit nombre de productions ont été interrompues, et très peu de réclamations ont été soumises. Compte tenu du succès du programme, le montant du Fonds pour l'exercice 2021-2022 a presque triplé, atteignant 149 millions de dollars, et ce dernier a été renouvelé pour l'exercice 2022-2023, avec un budget de 150 millions de dollars. D'après les chiffres du présent rapport, il est évident que, sans l'existence du FICT, la baisse de 12 % du volume de la production de contenu canadien aurait été beaucoup plus importante en 2020-2021. Au Québec, dès le début de la pandémie, le gouvernement provincial a également instauré des mesures, administrées par la SODEC, visant à dédommager les producteurs pour les interruptions causées par la COVID-19. Ces mesures avaient également pour but d'aider à couvrir les frais supplémentaires liés à la mise en œuvre de protocoles de santé et de sécurité, qui ont permis à de nombreuses productions de se remettre en marche. Lancé en juillet 2020, le programme a permis à la production au Québec de reprendre rapidement et de bénéficier de quelques mois supplémentaires d'activité.

Malgré ces réussites, les véritables répercussions à long terme de la pandémie de COVID-19 sur l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle demeurent imprécises. La grande majorité des compagnies d'assurance privées continuent d'exclure la couverture contre la COVID-19 de leurs politiques. Partout au pays, la hausse de la production étrangère et des services de production continue de créer des problèmes de pénurie de main-d'œuvre pour les productions canadiennes. La pression exercée sur les budgets de production, en raison de l'adhésion stricte aux protocoles de santé et de sécurité, continue de croître, et certains craignent que ces coûts se maintiennent après la pandémie. Les cinémas et les distributeurs sont toujours aux prises avec un degré élevé d'incertitude lié au déconfinement dans le contexte des nouvelles vagues du virus (récemment Omicron et son sous-variant BA.2). Il reste à voir combien de temps ces perturbations dureront, et ce qui sera modifié de manière irréversible. La bonne nouvelle est que, malgré ces défis, la demande en contenu ne cesse d'augmenter, et ce, à l'échelle mondiale. Ainsi, même si la pandémie entraînera sans aucun doute des changements fondamentaux, il existe également de nouvelles occasions à saisir au cœur de cette incertitude persistante.

Dans les pages qui suivent, nous nous intéresserons à ces occasions à saisir, en mettant en lumière quatre chefs de file de l'industrie. Dans chacun de leurs témoignages, ils envisagent la façon dont, à leur manière, ils s'attaquent aux défis dans le but de créer de nouvelles occasions pour leurs entreprises, le secteur dans son ensemble, et les auditoires canadiens.

Se relever de la pandémie : Comment *Lockdown*, la production virtuelle de Sinking Ship Entertainment, a vu le jour



Blair Powers, producteur délégué, Sinking Ship Entertainment

Au mois de mars 2020, Sinking Ship Entertainment, la société de production pour enfants que J.J. Johnson, Matt Bishop et moi avons cofondée en 2004, vivait des moments forts. Nous avons tout juste terminé le tournage de la deuxième saison de la série *Les derniers rescapés*, nous préparions la prochaine saison d'*Organisation Super Insolite* et nous étions à la veille de la sortie en salle de notre premier long métrage, *Dino Dana : Le film*. Puis, la COVID-19 a frappé et tout a changé.

La pandémie a bouleversé certains de nos plans, mais nous avons immédiatement repéré des occasions au cœur de l'incertitude. En quelques jours, mon partenaire J.J. a eu l'idée d'une série qui pourrait être filmée à distance, sans aucun contact ou presque entre les acteurs et l'équipe de tournage. Cette dernière s'adresserait aux enfants et aborderait la façon dont ils vivent la pandémie. Il a présenté son idée à YouTube. La société a donné rapidement le feu vert à la série, qui s'appellerait *Lockdown*. Ainsi, à peine un mois après le début de la pandémie, alors que nous étions au beau milieu d'un confinement à l'échelle nationale et que nous venions de mettre en place le télétravail pour plus de 100 employés de nos équipes de direction, de postproduction et d'effets visuels, nous avons amorcé le tournage d'une nouvelle série dans un nouvel univers.

Le tournage à distance avec peu, voire aucun contact entre quiconque, a présenté une série de défis. Il a impliqué de nombreuses solutions de rechange et plusieurs essais-erreurs. La salle des scénaristes était sur Zoom. C'est une chose courante aujourd'hui, mais il s'agissait d'une nouveauté pour nous il y a deux ans. Notre chef habilleuse a choisi les vêtements des acteurs par Zoom, directement à partir de leurs garde-robes personnelles. Notre directeur de la photographie a organisé des rencontres avec chaque acteur, également par Zoom, pour ajuster l'éclairage et aider à optimiser leur maison pour le tournage. Nous avons dû déterminer comment livrer les accessoires et l'équipement de façon sécuritaire, préparer les accessoires de décoration, etc. Mon autre partenaire, Matt Bishop, a élaboré avec son équipe technique un processus permettant aux téléphones avec lesquels les acteurs filmaient de téléverser les séquences sur nos serveurs de façon harmonieuse.

Fait intéressant, tous ces défis ont en fait contribué à façonner la série, qui est unique en son genre. Cette liberté nous a également permis de diffuser la série beaucoup plus rapidement qu'à l'habitude et d'adapter les histoires à ce qui se passait dans le monde. Pour le lancement, nous avons organisé une première pour les acteurs et l'équipe de tournage dans un ciné-parc. C'était incroyable de voir à quel point la série, filmée avec des téléphones cellulaires, paraissait bien sur grand écran.

Grâce au succès de la première saison, et comme la pandémie se poursuivait, YouTube a commandité une deuxième saison, que nous avons filmée plus tard pendant l'été. La deuxième saison s'est concentrée sur l'expérience des jeunes en confinement au moment des manifestations et de la prise de conscience du racisme systémique à l'échelle mondiale, qui ont fait suite au meurtre de George Floyd. L'équipe de rédaction et de réalisation à la barre, entièrement composée de personnes noires, autochtones et racialisées, s'est affairée à présenter au monde une nouvelle série qui a aidé les jeunes à assimiler ce qui se passait autour d'eux, à un moment où très peu d'autre contenu pouvait être filmé.

La série a connu un immense succès auprès de jeunes partout dans le monde grâce à YouTube, et il est incroyable de voir que certaines des leçons tirées du tournage à distance ont orienté nos tournages en personne lorsque ces derniers ont recommencé. Enfin, au-delà des aspects techniques, *Lockdown* nous a permis de constater l'incroyable capacité de nos équipes à se mobiliser pour rendre possible l'impossible. Ce projet nous a également fait réaliser qu'il vaut toujours la peine de se concentrer sur ce que nous faisons le mieux, même en période de grande incertitude.

Résilience, adaptation et innovation : Comment le Festival du film de Whistler s'est adapté à la COVID-19



Angela Heck, directrice générale de la Whistler Film Festival Society

La pandémie de COVID-19 aura sans aucun doute une incidence durable sur la façon dont les festivals de cinéma sont structurés et administrés. Au cours des deux dernières éditions du Festival du film de Whistler (FFW) – toutes deux dans le contexte de la pandémie de COVID-19 –, nous avons dû complètement revoir et reconceptualiser notre offre.

Pour l'édition de notre 20^e anniversaire, en 2020, nous avons décidé de passer en mode entièrement virtuel, pour la première fois. Ce format permettait d'assister au festival au moment désiré, dans le lieu souhaité et sans se déplacer, le rendant ainsi plus accessible à un plus grand public, à la fois sur les plans financier, temporel et géographique. Il a toutefois été plus difficile pour le festival de se démarquer dans un cyberspace achalandé. De plus, quelque chose manquait – les rencontres humaines qui caractérisent une expérience sociale et collective en personne, l'énergie presque tangible que l'on ressent en étant avec d'autres et qui stimule des idées créatives et la collaboration commerciale.

C'est pourquoi, à la suite de l'édition 2020, nous avons entrepris une étude sur l'avenir des festivals (publiée en juin 2021), qui s'est penchée sur ce que l'avenir réserve aux festivals de cinéma dans un contexte postpandémique. Les conclusions, accessibles [ici](#), confirment nos soupçons : en ligne, l'accès était meilleur et les occasions d'interagir avec les gens étaient plus grandes, mais il manquait cette petite « étincelle ».

Pour l'édition 2021, nous avons pris la décision audacieuse de présenter le festival en mode hybride – pour offrir à nos participants le meilleur des deux mondes. En 2021, tout en naviguant dans des circonstances inconnues (mandats liés à la COVID, restrictions de voyage, catastrophes naturelles), le FFW a été à la hauteur de sa réputation de « meilleur Festival du film au Canada » en offrant aux cinéphiles une plateforme leur permettant de découvrir des films et des cinéastes nouveaux et novateurs, et de renouer avec l'industrie.

Ce nouveau modèle hybride a été accueilli avec un enthousiasme extraordinaire. La partie en ligne a fourni aux participants un meilleur accès aux films, aux séances et aux cours de maîtres. Nous avons également organisé plus de rencontres individuelles virtuelles entre les principaux décideurs et cinéastes que jamais auparavant. Parallèlement, en personne, les cinéastes ont pu vivre leur « moment tapis rouge » et renouer avec leurs collègues membres de l'industrie, sans les distractions du travail à domicile. Notre festival 2021 a connu un immense succès. Le modèle hybride a créé de nouvelles façons de vivre le cinéma, permettant d'améliorer le point d'accès de l'auditoire. De plus, nous avons atteint des jalons progressistes, y compris la parité des sexes chez les réalisateurs, et un soutien accru aux films dirigés par des femmes. Nous avons également modifié le modèle de revenus; pour soutenir les cinéastes et les détenteurs de droits canadiens en ces temps difficiles, nous avons partagé la moitié des recettes-guichet de la portion en ligne avec eux.

Notre édition 2022 sera probablement encore différente. Ensemble, nous reviendrons en force, prêts à nous adapter à n'importe quel coup du sort que nous réserve l'avenir. Nous sommes plus déterminés que jamais à faire en sorte que le FFW continue de mettre en lumière les histoires canadiennes et indépendantes, d'offrir à de nouvelles occasions d'affaires et de collaborations la chance de s'épanouir et de découvrir de nouvelles voix. Au plaisir de vous revoir l'an prochain, en ligne ou en personne.

Soutenir le contenu authentique et inclusif dans les industries de l'écran au Canada



Joan Jenkinson, directrice générale du Bureau de l'écran des Noirs

Les divers auditoires canadiens veulent se voir représentés avec authenticité sur les écrans canadiens, et les créateurs et producteurs canadiens issus de communautés sous-représentées veulent plus d'occasions de raconter ces histoires. Pour appuyer ces objectifs, le Bureau de l'écran des Noirs (BEN) a produit *Être vu(e) : Directives pour la création de contenus authentiques et inclusifs*, un outil pratique et fondé sur la recherche qui aide toutes les personnes des industries du cinéma, de la télévision et des médias numériques à commanditer, à créer et à évaluer du contenu authentique.

Le BEN a interviewé plus de 400 professionnels de l'industrie de l'écran et téléspectateurs – adultes et enfants – qui sont des personnes noires, de couleur, 2SLGBTQIA+ ou en situation de handicap au sujet de leur représentation et des mesures qui pourraient être prises pour l'améliorer. Ensemble, ces communautés ont mis en lumière des enjeux comme la représentation unidimensionnelle à l'écran, l'importance d'une distribution authentique, l'intersectionnalité des identités, les défis régionaux et l'incidence d'une représentation insuffisante ou manquante sur les auditoires canadiens.

Leurs réflexions ont éclairé 51 des directives énoncées dans le projet *Être vu(e)*, avec des directives précises à l'intention des créateurs, des producteurs, des diffuseurs, des plateformes numériques, des services de diffusion en continu, des investisseurs, des distributeurs, des agents de distribution artistique et des associations industrielles sur la façon d'améliorer la représentation authentique, qui reconnaît la complexité des groupes sous-représentés et l'intersectionnalité des identités.

Le rapport sur les thèmes principaux – le premier de six rapports du projet *Être vu(e)* que le BEN publie en anglais et en français – contient des citations de personnes interrogées et résume les thèmes récurrents dans l'ensemble des collectivités sous-représentées. Les rapports complémentaires subséquents sur la représentation, spécifiques aux médias pour enfants (février 2022), à la communauté noire (mars 2022), aux personnes de couleur (avril 2022), aux personnes 2ELGBTQIA+ (mai 2022) et aux personnes en situation de handicap (mai 2022) examinent plus en profondeur les expériences et les attentes propres à chaque groupe, et fournissent des directives précises qui visent à améliorer la représentation authentique de ses membres et par ces derniers.

Le BEN s'attend à ce que le projet *Être vu(e)* se retrouve sur les bureaux de tous les professionnels de l'industrie en tant qu'outil de référence essentiel à l'élaboration de tout le contenu médiatique canadien. Il s'agit du premier de trois rapports que le BEN élabore dans le but de fournir un soutien fondé sur des données probantes, afin de rendre les industries canadiennes du cinéma, de la télévision et des médias numériques plus équitables. L'Étude d'audience nationale fondée sur la race sera publiée en mars 2022. Elle fournira des renseignements inédits sur les auditoires composés de personnes noires, autochtones et de couleur, qui sont mis à l'écart ou invisibles aux yeux des diffuseurs et des annonceurs canadiens. La troisième étude, « Fade to Black » : les Canadiens noirs dans l'industrie canadienne de l'écran, sera publiée en juillet 2022.

Chien Blanc un tournage écoresponsable



Nicole Robert, productrice présidente, Go Films

Parler vert c'est d'abord essayer de mettre fin à l'hémorragie de la pollution mondiale et cela commence par de petits gestes. C'est ensuite revoir nos habitudes de consommation.

Sur le plateau de *Chien Blanc*, notre premier enjeu a été la gestion des déchets. Favoriser le compostage, utiliser des contenants biodégradables pour nos lunchs et goûters, éliminer le plus possible le plastique, ne plus fournir de bouteilles d'eau et demander à chacun d'apporter sa gourde, désigner une poubelle spécifique pour la récupération des mégots de cigarettes, réfléchir à ce que l'on jette dans les poubelles pour réduire les déchets ultimes et continuer à recycler adéquatement.

Nous avons aussi diminué notre consommation d'essence en louant des voitures hybrides lors de notre tournage à Vancouver. Les véhicules électriques qui consomment moins de carburant et dont le coût d'électricité est minimal sont une solution. Le marché n'est pas encore assez développé pour leur location, mais il faut y réfléchir sérieusement.

Chien Blanc a été une production sans papier. Les contrats ont été signés électroniquement et la comptabilité effectuée via les plateformes bancaires.

Les nombreuses versions du scénario, du plan de travail, du dépouillement, des feuilles de service, des scènes tournées chaque jour et des rapports de la scripte étaient distribuées par courriel et imprimés sur demande pour quelques personnes seulement.

De petits pas, mais peu à peu, on apprend une nouvelle façon de faire notre travail dans les différents départements. C'est un début.

Pour la suite, pour réellement obtenir une planète verte, il faut impérativement revoir nos habitudes de consommation. Faire autant avec moins. Tous les plateaux de tournage, des plus petits aux plus grands, devraient être soumis à des normes strictes d'écoresponsabilité.

Sur *Chien Blanc*, nous avons eu la collaboration de la régie, de la réalisation et de la production pour respecter le [Programme On tourne vert](#), mais il reste beaucoup à faire pour que l'écoresponsabilité devienne une priorité pour tous.

Il faut réfléchir ensemble à des moyens d'y arriver. Sensibiliser, informer, agir.

Le programme On tourne vert est une excellente initiative. Prendre le virage vert, c'est notre responsabilité à tous pour assurer à nos enfants une planète en santé.

1. Survol du secteur du contenu sur écran au Canada

La production cinématographique et télévisuelle au Canada se compose de quatre grands secteurs :

1. La **production télévisuelle** regroupe principalement les émissions de télévision produites par des maisons de production indépendantes, quoiqu'elle englobe également les émissions produites par des maisons affiliées à des diffuseurs canadiens. Toutes les émissions de ce secteur sont certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) du ministère du Patrimoine canadien ou par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) comme contenu canadien¹.
2. La **production de longs métrages cinématographiques canadiens** comprend les longs métrages réalisés par des maisons de production indépendantes dont le contenu canadien a reçu une certification par le BCPAC.
3. La **catégorie production étrangère et services de production** regroupe principalement les longs métrages et les émissions de télévision réalisés au Canada par des producteurs étrangers ou par des producteurs canadiens pour le compte de partenaires étrangers². Pour la majorité des projets de ce secteur, le droit d'auteur est détenu par des producteurs non canadiens; toutefois, pour environ 5 % à 10 % d'entre eux, il appartient à des Canadiens.
4. La **production interne des télédiffuseurs** englobe les émissions de télévision produites par les diffuseurs canadiens dans leurs propres installations, par opposition à celles qu'ils commandent à des maisons indépendantes ou à des maisons qui leur sont affiliées. Elle se compose essentiellement de bulletins de nouvelles, d'émissions de sports et d'actualités.

Faits saillants de 2020-2021



- Le volume de la production étrangère et des services de production a augmenté de 0,4 % pour atteindre 5,27 milliards de dollars.



- L'ensemble de la chaîne de valeur de la production de contenu sur écran (incluant la production télévisuelle et cinématographique, la distribution, la présentation en salles, la télédiffusion et la distribution de radiodiffusion) fournit du travail à quelque 303 110 personnes au Canada, des revenus d'emploi de 14,17 milliards de dollars et une contribution de 20,49 milliards de dollars au PIB, y compris les retombées directes et indirectes.

¹ En raison du nombre réduit d'exercices présentant des données sur la production de contenu d'abord diffusé en ligne et la production destinée exclusivement à la diffusion en ligne, les statistiques compilées pour ces deux segments ont été combinées à celles sur la production télévisuelle canadienne. La production de contenu d'abord diffusé en ligne englobe le contenu audiovisuel destiné aux plateformes en ligne, mais qui est également diffusé sur des plateformes traditionnelles comme la télévision, des écrans de cinéma ou distribués sur disque Blu-ray ou DVD. Cette catégorie comprend aussi le contenu audiovisuel qui au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée est diffusé exclusivement sur l'un des nombreuses plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#). Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 132 millions de dollars en 2018-2019, à 107 millions de dollars en 2019-2020 et à 159 millions de dollars en 2020-2021. Pour en savoir plus, consultez l'encadré 2.

² Les fournisseurs de services de production canadiens sont des producteurs qui fournissent des services de production ou de postproduction au Canada au nom de producteurs non canadiens.

Faits saillants de 2020-2021 *suite*

- Les investissements étrangers dans la production ont légèrement diminué de 0,5 % pour s'établir à 6,05 milliards de dollars.
- Le volume total³ de la production cinématographique et télévisuelle au Canada a diminué de 4,6 % pour s'établir à 9,09 milliards de dollars en 2020-2021.
- Le volume de la production télévisuelle canadienne a perdu 12,3 % pour se chiffrer à 2,48 milliards de dollars.
- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens destinés aux salles a baissé de 7,4 % pour atteindre 268 millions de dollars.
- Le volume de la production interne des télédiffuseurs a diminué de 7,6 %, et se chiffre à 1,07 milliard de dollars.
- En tout, la production cinématographique et télévisuelle au Canada a généré 216 660 emplois directs et indirects en 2020-2021, soit une baisse de 11,1 % comparativement à 2019-2020.
- L'apport total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada au PIB a baissé de 9,9 %, passant de 12,51 milliards de dollars à 11,27 milliards en 2020-2021.

Avant la pandémie de COVID-19, le volume total de la **production cinématographique et télévisuelle** avait atteint le sommet historique de 9,52 milliards de dollars en 2019-2020 (figure 1-1). Toutefois, plutôt que de progresser vers un volume encore plus élevé en 2020-2021, la pandémie a mis fin à une période de quatre années de forte et constante croissance dans ce secteur. En 2020-2021, le volume total de production cinématographique et télévisuelle au Canada a décliné de 436 millions de dollars, ou 4,6 %, pour terminer l'année à 9,09 milliards de dollars.

Une diminution de seulement 4,6 % du volume de production en 2020-2021 est toutefois remarquable, étant donné que la production cinématographique et télévisuelle a été interrompue pendant plusieurs mois en 2020 (figure 1-1). Ce qui est encore plus remarquable, c'est que la **production étrangère et les services de production** ont enregistré une légère augmentation de volume, atténuant ainsi les baisses dans les trois autres segments du secteur de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Des niveaux de production nettement plus élevés en Colombie-Britannique et en Alberta, qui ont suffisamment compensé les déclinés dans les autres provinces (figure 6-4), ont entraîné une légère hausse du volume total de la production étrangère et des services de production à 5,27 milliards de dollars en 2020-2021 (figure 1-1).

En revanche, le volume de **production télévisuelle canadienne** a subi une baisse en raison de la pandémie de COVID-19. Après avoir atteint un sommet historique de 2,96 milliards de dollars en 2018-2019, la production télévisuelle canadienne a reculé de 4,3 % en 2019-2020, puis de 12,3 % en 2020-2021 à cause de la pandémie (figure 1-1). Cette baisse de la production télévisuelle au Canada est attribuable à des niveaux plus faibles de production dans les catégories fiction, jeunesse, mode de vie et intérêt général (figure 3-8). Cependant, la production de langue française a augmenté de 7,0 % en 2020-2021⁴ alors que la production de langue anglaise a connu une diminution substantielle de 18,2 % (figure 3-3), tout comme la production dans les genres documentaire et variétés et arts de la scène (figure 3-8).

La pandémie de COVID-19 a également contribué directement à un recul de 7,4 % du **volume de production de longs métrages cinématographiques canadiens** (figure 1-1). Il a baissé à 268 millions de dollars. Cependant, comme pour le segment de la production télévisuelle, cette baisse est entièrement attribuable à la chute de la production de langue anglaise, la production francophone ayant en fait enregistré une augmentation de volume en 2020-2021 par rapport à l'année précédente (figure 4-1)⁵.

Historiquement, les fluctuations annuelles de la **production interne des télédiffuseurs** correspondent à la diffusion d'événements sportifs mondiaux d'envergure. En 2020-2021, la suspension des calendriers des ligues sportives professionnelles et amateurs, et des Jeux olympiques d'été a directement entraîné une réduction des dépenses pour la production interne d'émissions sportives. (figure 7-2), ce qui, à son tour, a largement contribué à la baisse de 7,6 % du volume total de production interne, qui a atteint son niveau le plus bas en dix ans, soit 1,07 milliard de dollars (figure 1-1).

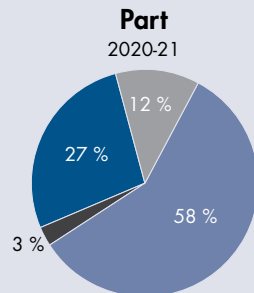
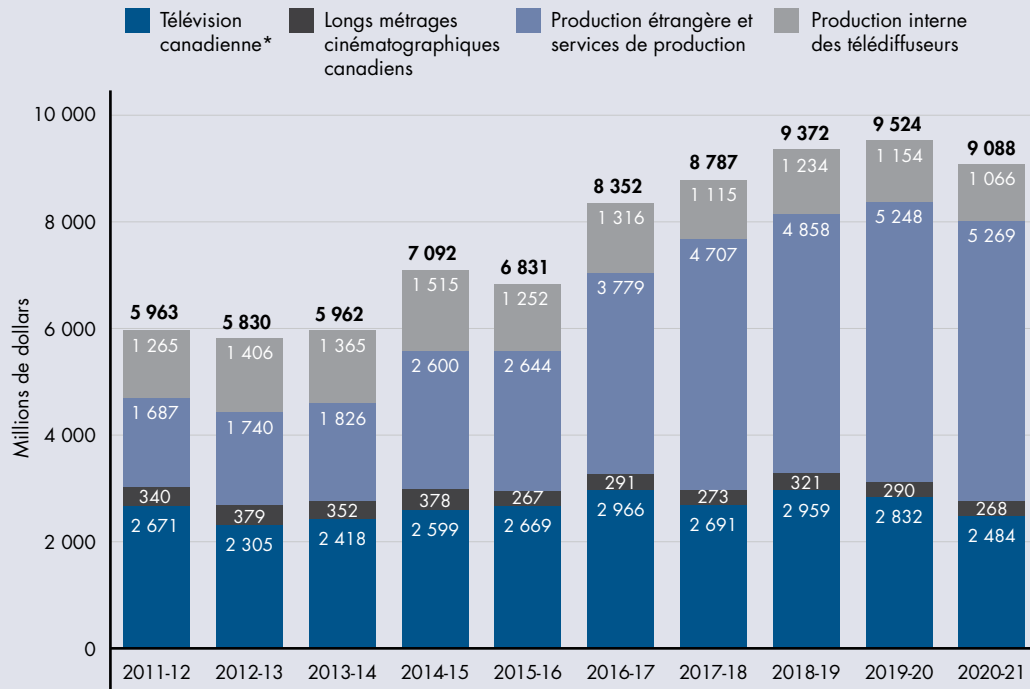
³ Les termes « volume » ou « volume total » font référence à la somme des budgets de production.

⁴ Les données du BCPAC indiquent que, avant d'appliquer un ajustement général pour tenir compte du délai d'application du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) (se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails), le volume de la production télévisuelle de langue française a augmenté de 1,5 % en 2020-2021.

⁵ Les données du BCPAC indiquent que, avant d'appliquer un ajustement général pour tenir compte du délai d'application du CIPC (se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails), le volume de la production cinématographique de langue française a augmenté de 8,0 % en 2020-2021.

PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET TÉLÉVISUELLE AU CANADA

Figure 1-1 Volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada



Taux de croissance annuel moyen

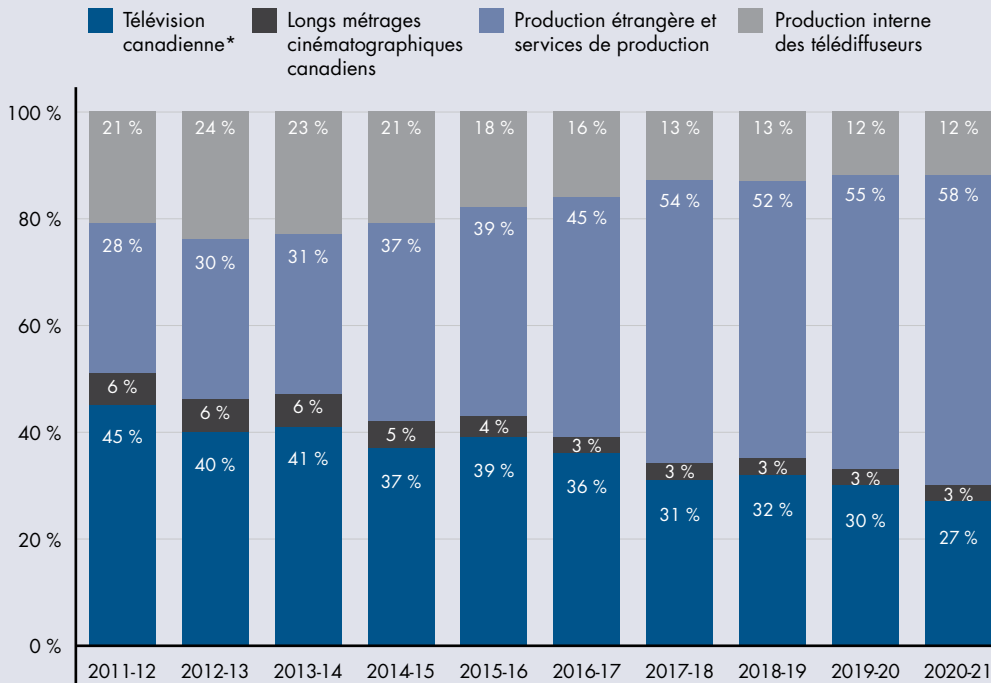
Secteur	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Télévision canadienne*	(12,3 %)	(0,8 %)
Longs métrages cinématographiques canadiens	(7,4 %)	(2,6 %)
Production étrangère et services de production	0,4 %	13,5 %
Production interne des télédiffuseurs	(7,6 %)	(1,9 %)
Moyenne : tous secteurs confondus	(4,6 %)	4,8 %

Sources : Estimations fondées sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne ainsi que le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement », soit le contenu qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, a été diffusé exclusivement sur l'une des plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de production pour le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 132 millions de dollars en 2018-2019, à 107 millions de dollars en 2019-2020 et à 159 millions de dollars en 2020-2021.

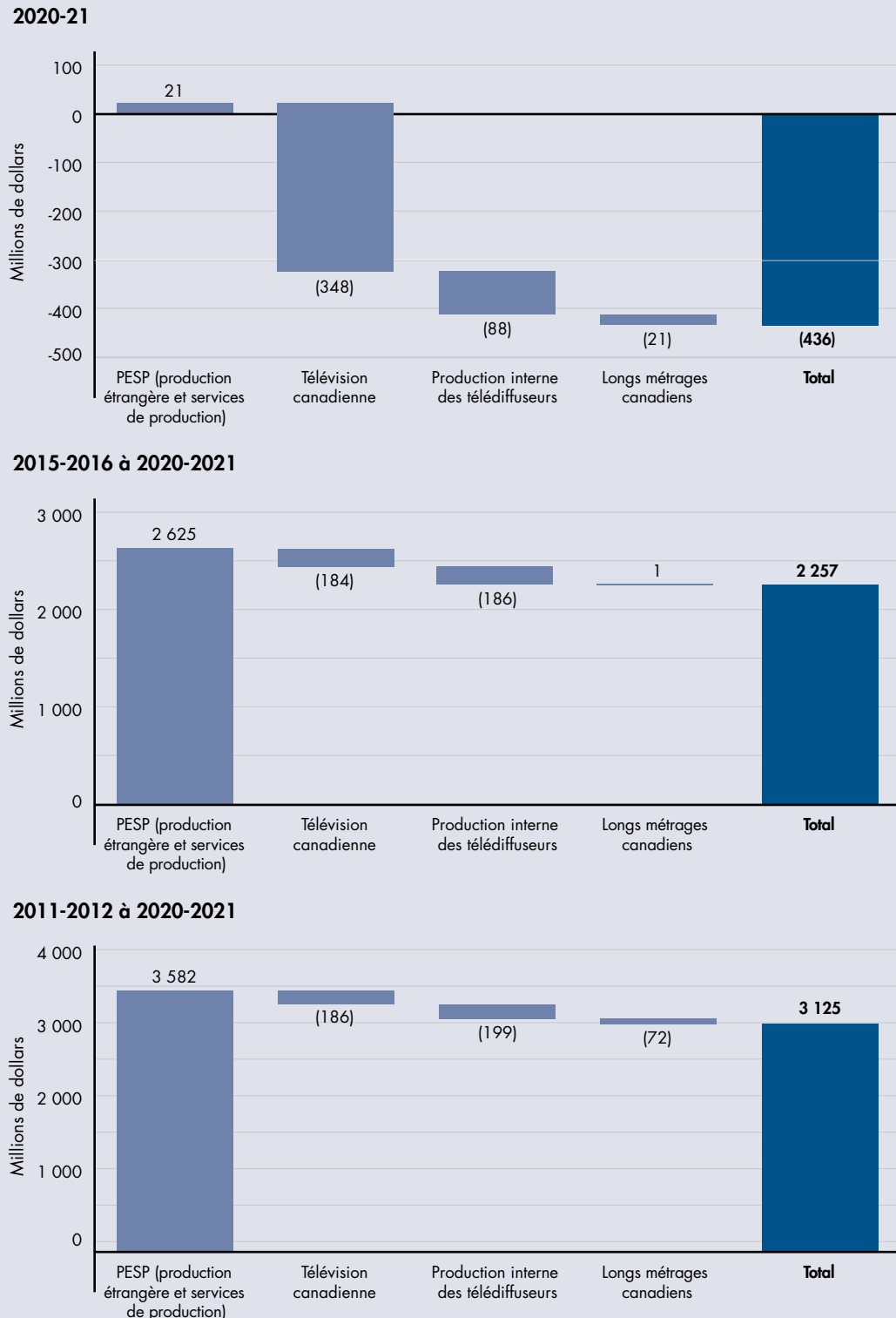
Figure 1-2 Volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, part par segment



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 1-3 Sources de croissance du volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

RÉGION

Figure 1-4 Volume total de la production cinématographique et télévisuelle au Canada, par région

(\$ millions)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Part pour 2020- 2021
Colombie-Britannique	1 578	1 605	1 618	2 243	2 133	2 957	3 556	3 465	2 876	3 254	36 %
Ontario	2 586	2 439	2 439	2 769	2 750	3 016	2 891	3 209	3 635	3 166	35 %
Québec	1 316	1 351	1 280	1 582	1 429	1 759	1 761	2 027	2 314	2 098	23 %
Provinces des Prairies et territoires*	307	273	429	377	361	429	395	529	538	416	5 %
Canada Atlantique**	177	163	196	120	157	193	183	142	160	153	2 %
Total	5 963	5 830	5 962	7 092	6 831	8 352	8 787	9 372	9 524	9 088	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement.

Remarque : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2021*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

** Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard.

INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS DANS LA PRODUCTION

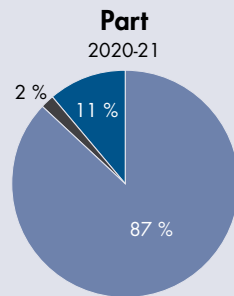
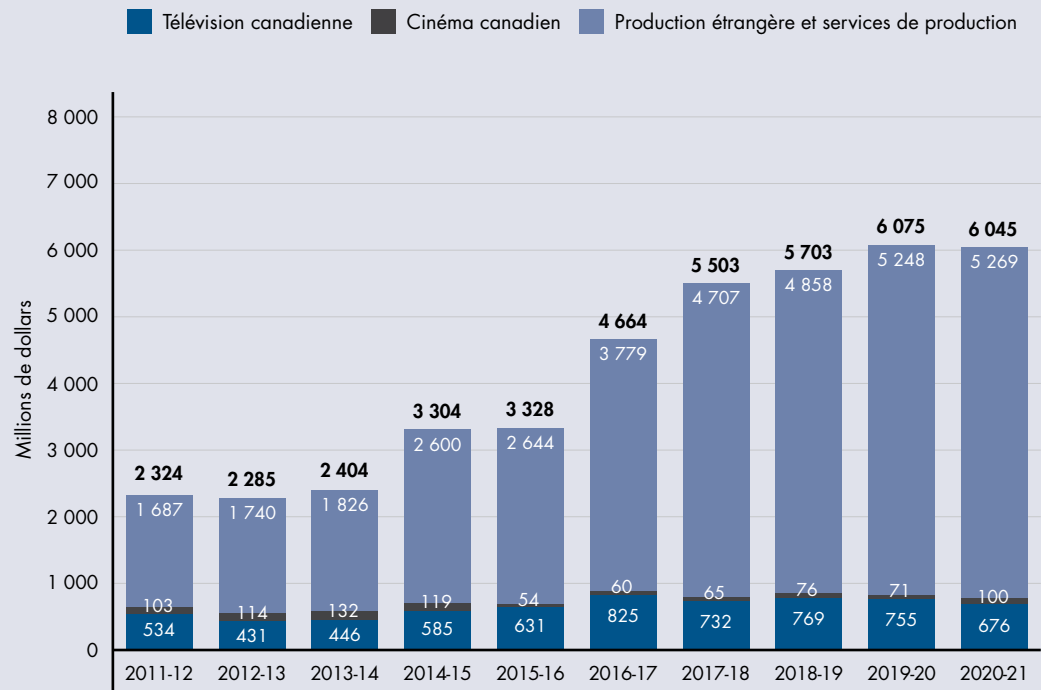
Les investissements étrangers dans la production (IEP) sont en fait l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Ils se composent des préventes et des avances de distribution à l'étranger pour toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC et la valeur totale de la production étrangère et des services de production au Canada⁶. L'IEP comprend également le financement des distributeurs canadiens de films canadiens et les programmes de télévision, car ils récupèrent souvent ce financement en licenciant le contenu dans des territoires non canadiens.

Les revenus tirés de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes à des diffuseurs et distributeurs étrangers ne sont pas comptabilisés dans les investissements étrangers. Selon les données publiées par Statistique Canada (présentées à la section 8), la distribution de contenu canadien a produit 128 millions de dollars de plus en 2019 (année la plus récente de données publiées) (figure 8-2).

Les investissements étrangers servent principalement à la production de contenu en anglais. En fait, sur les 776 millions de dollars d'investissements étrangers liés au contenu canadien en 2020-2021, le contenu en français ne représentait que 18 millions de dollars (voir les données des figures 3-17c et 4-7c).

⁶ Dans le cas des coproductions audiovisuelles régies par des traités, les données employées pour estimer les investissements étrangers ne comprennent que la participation canadienne. La participation étrangère au budget de ces œuvres n'est pas comptabilisée dans les investissements étrangers. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités ne s'ajoutent aux investissements étrangers que si la participation canadienne s'y rapportant comprend des préventes ou des avances de distribution étrangère.

Figure 1-5 Investissements étrangers dans la production au Canada



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Télévision canadienne	(10,5 %)	2,7 %
Longs métrages cinématographiques canadiens	40,2 %	(0,3 %)
Production étrangère et services de production	0,4 %	13,5 %
Moyenne : tous secteurs confondus	(0,5 %)	11,2 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales.
 Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de l'investissement étranger à la production. Exclut la production de contenu en ligne canadienne.

APPORT À L'EMPLOI ET À L'ÉCONOMIE

Production cinématographique et télévisuelle

Figure 1-6 Emplois (nombre de personnes) attribuables à la production cinématographique et télévisuelle au Canada

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Production – télévision canadienne					
Directs	44 870	40 130	48 060	45 360	37 980
Indirects	36 290	31 810	32 820	29 120	22 960
Total	81 160	71 940	80 880	74 480	60 940
Production – longs métrages cinématographiques canadiens					
Directs	4 420	4 110	5 160	4 680	4 140
Indirects	3 580	3 250	3 580	3 020	2 460
Total	8 000	7 360	8 740	7 700	6 600
Production étrangère et services de production					
Directs	57 200	70 150	79 030	84 060	80 460
Indirects	46 140	55 660	53 870	53 980	48 720
Total	103 340	125 810	132 900	138 040	129 180
Production interne des télédiffuseurs					
Directs	14 110	11 760	12 660	11 540	10 080
Indirects	16 130	13 220	13 660	11 870	9 860
Total	30 240	24 980	26 320	23 410	19 940
Total général					
Directs	120 600	126 150	144 910	145 640	132 660
Indirects	102 140	103 940	103 930	97 990	84 000
Total	222 740	230 090	248 840	243 630	216 660

Sources : Estimations fondées sur les recherches de Nordicity et les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.

Remarque : Pour le nombre de personnes, on ne dispose de données qu'à compter de 2016-2017. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthodologie d'estimation des emplois.

Figure 1-7 Incidence de la production cinématographique et télévisuelle au Canada sur le PIB et les revenus d'emploi, 2020-2021

	Directs	Indirects	Total
Revenus d'emploi (M\$)			
Production de contenu canadien			
Production télévisuelle canadienne	1 416	1 076	2 492
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	153	115	268
Total partiel	1 569	1 191	2 760
Production étrangère et services de production	3 003	2 283	5 286
Production interne des télédiffuseurs	608	462	1 070
Total général	5 180	3 936	9 116
Production de contenu canadien			
Production télévisuelle canadienne	1 466	1 603	3 069
Production de longs métrages cinématographiques canadiens	158	172	330
Total partiel	1 624	1 775	3 399
Production étrangère et services de production	3 109	3 401	6 510
Production interne des télédiffuseurs	629	730	1 359
Total général	5 362	5 906	11 268

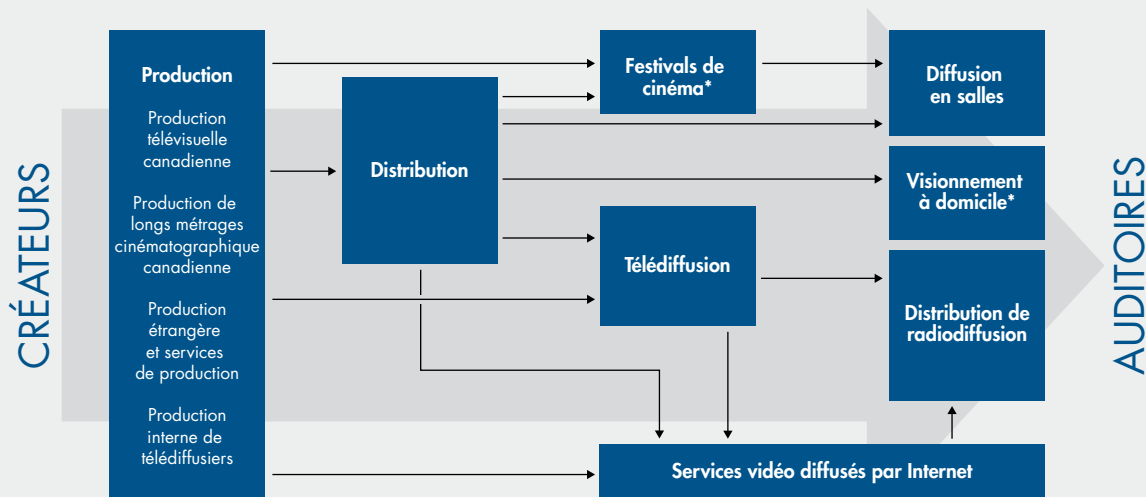
Sources : Estimations fondées sur les recherches de Nordicity et les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.
Remarque : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour la description de la méthodologie.

Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

Si la production cinématographique et télévisuelle est le plus important moteur économique de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran, les autres maillons génèrent aussi des retombées économiques appréciables au Canada.

- Le secteur de la distribution a généré 7 560 emplois, 362 millions de dollars de revenus d'emploi et ajouté 903 millions de dollars au PIB en 2019 (année la plus récente de données publiées).
- Le secteur de la présentation en salles a généré 5 210 emplois, des revenus d'emploi de 163 millions de dollars et un apport de plus de 305 millions de dollars au PIB en 2020. Ce chiffre est nettement inférieur aux niveaux des années précédentes, en raison de la fermeture de salles de spectacle attribuable à la COVID-19 en 2020.
- Le secteur de la télédiffusion a généré 16 840 emplois, des revenus d'emploi de 1,22 milliard de dollars et une contribution de 2,55 milliards de dollars au PIB en 2020.
- Le secteur de la distribution de radiodiffusion a créé 56 840 emplois, produit des revenus d'emploi de près de 3,32 milliards de dollars et contribué 5,47 milliards de dollars au PIB en 2020.

Encadré 1 Chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran



* Les estimations de revenus et de l'incidence économique des festivals de cinéma et du visionnement à domicile ne sont pas incluses dans le présent rapport.

Le premier maillon de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran est celui de la production, soit la conversion des idées originales du scénariste et du réalisateur en un film ou une émission de télévision. Aux fins du présent rapport, ce segment inclut la préproduction (étape du développement), la production d'œuvres en prises réelles et d'animation, et toutes les étapes de la postproduction et de la production des effets visuels.

L'étape de la production est suivie de celle de la distribution. Les sociétés de distribution canadiennes et étrangères contrôlent habituellement les droits économiques des films et des émissions de télévision, et planifient et mettent en œuvre les fenêtres de diffusion de ces films et émissions de télévision. Ces entreprises forment un maillon clé du marché de la présentation en salles. En télévision, les droits de diffusion des productions télévisuelles sont souvent accordés directement par les producteurs (ou leur maison de distribution) à des diffuseurs en première fenêtre de diffusion, sans autre intermédiaire.

C'est à l'étape de la consommation du contenu que l'évolution de la chaîne est la plus manifeste. Pour les émissions de télévision, le marché de la télédiffusion, qui inclut les télédiffuseurs traditionnels, les services facultatifs et les services sur demande autorisés au Canada par le CRTC, s'avère encore le premier débouché naturel.

La plupart des films continuent d'être d'abord présentés en salles, quoique ce ne soit pas systématiquement le cas. La sortie peut se faire dans des services vidéo diffusés par Internet, comme les services de vidéo sur demande (VSD), de vidéo sur demande par abonnement (VSDA), de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) ou de vidéo sur demande soutenus par la publicité (VSDP). Parfois, la sortie se fait simultanément en salles et dans les services sur demande en ligne (communément appelée sortie simultanée).

Les festivals de cinéma sont des carrefours incontournables où les producteurs et distributeurs peuvent faire connaître leurs films et les vendre sur des territoires jusque-là inexploités. Ces événements génèrent aussi des retombées économiques appréciables dans les villes qui les accueillent.

Comme nous l'avons indiqué précédemment, les auditoires ont aussi accès aux films et aux émissions de télévision par l'entremise de services vidéo diffusés par Internet. Un grand nombre de films et d'émissions utilisent ces services comme fenêtre de présentation secondaire, voire comme fenêtre principale, contournant ainsi la télédiffusion ou la diffusion en salles.

Dans l'analyse du secteur canadien du contenu sur écran, il faut aussi reconnaître le rôle primordial de la câblodistribution, de la télévision directe par satellite et de la télévision IP. Ces entités qui forment le secteur de la distribution de services de radiodiffusion sont regroupées sous le terme « entreprises de distribution de radiodiffusion » (EDR). Elles jouent un rôle fondamental en assurant aux auditoires canadiens un accès fiable au contenu provenant de l'industrie des services de radiodiffusion et à certains services sur demande autorisés. La plupart des services vidéo diffusés par Internet présentent toutefois le contenu directement aux consommateurs au moyen d'une connexion Internet à large bande, court-circuitant ainsi les EDR canadiennes.

La comparaison des estimations des retombées économiques pour 2020-2021 et de celles pour 2020 (ou l'année la plus récente de données publiées) montre que la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran a généré plus de 303 110 emplois, des revenus d'emploi de 14,17 milliards de dollars et un apport au PIB de 20,49 milliards de dollars pour l'économie canadienne (retombées directes et indirectes).

Figure 1-8 Retombées économiques de secteurs sélectionnés dans la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

	Directs	Indirects	Total
Emplois			
Production cinématographique et télévisuelle (2020-2021)	132 660	84 000	216 660
Distribution (2019*)	1 110	6 450	7 560
Présentation (2020)	2 720	2 490	5 210
Diffusion** (2020)	3 850	12 990	16 840
Distribution de radiodiffusion (2020)	28 860	27 980	56 840
Total	169 200	133 910	303 110
Revenus d'emploi (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2020-2021)	5 180	3 936	9 116
Distribution (2019*)	87	275	362
Présentation (2020)	52	111	163
Diffusion** (2020)	537	679	1 216
Distribution de radiodiffusion (2020)	2 124	1 191	3 315
Total	7 980	6 192	14 172
PIB (M\$)			
Production cinématographique et télévisuelle (2020-2021)	5 362	5 906	11 268
Distribution (2019*)	420	483	903
Présentation (2020)	98	207	305
Diffusion** (2020)	1 466	1 081	2 547
Distribution de radiodiffusion (2020)	3 334	2 135	5 469
Total	10 680	9 812	20 492

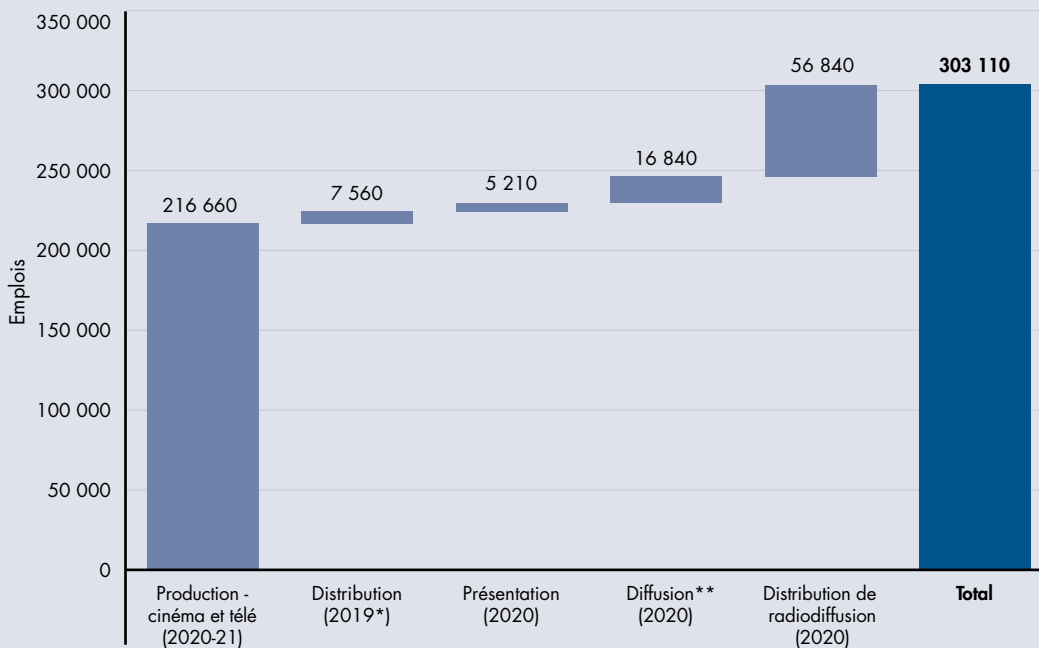
Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* Année la plus récente de données publiées

** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la *production cinématographique et télévisuelle*.

RÉSUMÉ DE L'INCIDENCE SUR LES EMPLOIS ET SUR LE PIB

Figure 1-9 Résumé de l'incidence totale sur les emplois de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

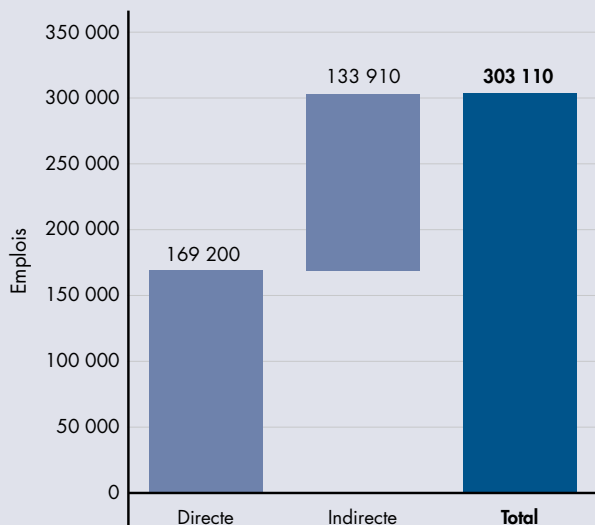


Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* Année la plus récente de données publiées

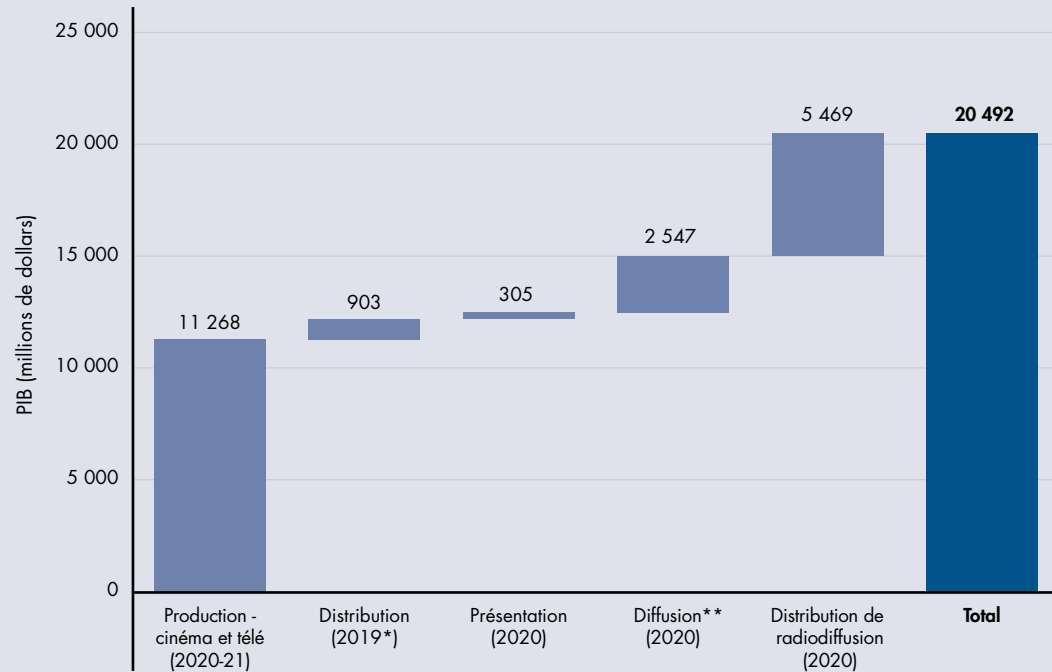
** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la production cinématographique et télévisuelle.

Figure 1-10 Incidence directe et indirecte sur les emplois dans l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

Figure 1-11 Résumé de l'incidence totale sur le PIB de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran

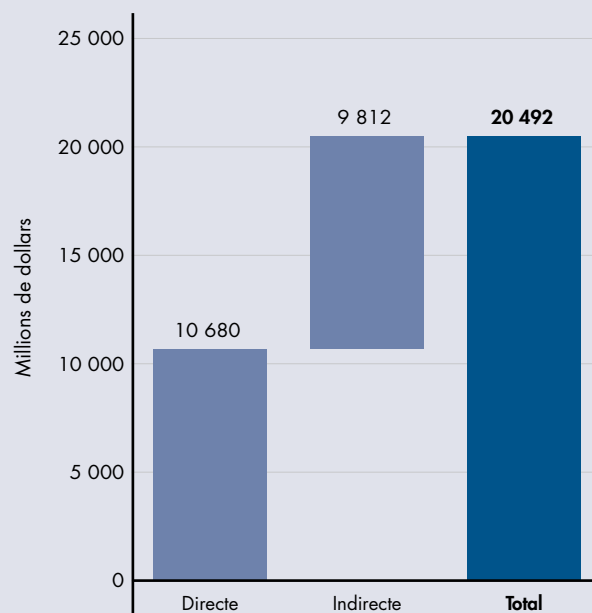


Sources : Estimations fondées sur les recherches de Nordicity et les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

* Année la plus récente de données publiées

** Exclut la production interne, dont les statistiques sont incluses dans la *production cinématographique et télévisuelle*.

Figure 1-12 Incidence directe et indirecte sur le PIB dans l'ensemble de la chaîne de valeur du secteur du contenu sur écran



Sources : Estimations fondées sur les recherches de Nordicity et les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada, de l'Association des agences de financement provinciales et territoriales, des syndicats et guildes, de Statistique Canada, du Conference Board du Canada, de l'Association des cinémas du Canada et de Cineplex Divertissement.

2. Production de contenu canadien

La production de contenu canadien comprend toutes les œuvres produites par des sociétés de production canadiennes pour le petit et le grand écran et certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) ou par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), et le contenu audiovisuel diffusé d'abord sur les plateformes en ligne. La plus grande partie de ce contenu canadien est produit par des maisons de production indépendantes. Cependant, des maisons affiliées à un diffuseur ont aussi produit du contenu canadien⁷.

Le secteur de la production de contenu canadien exclut la production interne des télédiffuseurs et la production étrangère et les services de production. Nous présentons ici un sommaire des statistiques sur la production de contenu canadien. Aux sections 3 et 4, nous brossons respectivement un figure plus détaillé de la production canadienne de contenu télévisuel et de la production de longs métrages canadiens destinés aux présentations en salles.

Faits saillants de 2020-2021



- La production de contenu en langue française a augmenté de 7,6 % pour atteindre 848 millions de dollars.
- Le volume de production de contenu jeunesse a légèrement progressé de 0,5 % pour atteindre 476 millions de dollars.
- Le volume de documentaires produits s'est accru de 30,5 % pour passer à 319 millions de dollars.
- Le volume de la production dans la catégorie des variétés et des arts de la scène a augmenté de 17,9 % pour atteindre 158 millions de dollars.
- La production d'œuvres d'animation a légèrement progressé (0,7 %) pour s'établir à 306 millions de dollars.



- Le volume de la production de contenu canadien a reculé de 11,8 % pour atteindre 2,75 milliards de dollars.
- La production de contenu en langue anglaise⁸ s'est accrue de 18,4 % pour atteindre 1,91 milliard de dollars.
- Le volume des œuvres de fiction produites a augmenté de 15,2 % pour un total de 1,45 milliard de dollars.
- Le volume de la production d'œuvres d'intérêt général et consacrées au mode de vie⁹ s'établit à 351 millions de dollars après un recul de 37,5 %

⁷ Les maisons de production affiliées sont des sociétés de production dans lesquelles un diffuseur canadien détient ou contrôle une participation correspondant à au moins 30 % des actions avec droit de vote.

⁸ Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins de un pour cent du volume total de production de contenu canadien en 2011-2012 et 2020-2021. Vu le faible volume de cette production, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

⁹ Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Après avoir atteint un sommet historique de 3,28 milliards de dollars en 2018-2019, le volume total de la production de contenu canadien a baissé de 4,8 % en 2019-2020. La pandémie semble avoir fait reculer encore le volume de production de contenu canadien de 11,8 % en 2020-2021. Il s'agit du plus bas niveau depuis 2012-2013 (figure 2-1). Évidemment, il n'y a aucun moyen de savoir exactement quelle proportion de la baisse de production en 2020-2021 est attribuable à la pandémie plutôt qu'à ce qui aurait pu être une tendance à la baisse préexistante de la production de contenu canadien.

Dans l'ensemble, le volume total de la production de contenu canadien a chuté de 369 millions de dollars pour s'établir à 2,75 milliards de dollars en 2020-2021. Les secteurs de la production télévisuelle et de la production cinématographique ont tous deux contribué à la baisse générale, bien que le recul en pourcentage de la production télévisuelle canadienne (12,3 %) ait été un peu plus marqué que celui observé dans la production de longs métrages cinématographiques (7,4 %) (figure 2-1).

La chute de la production de contenu canadien en 2020-2021 est entièrement attribuable au marché anglophone, qui a connu une baisse de 18,4 % du volume de production. En revanche, la production sur le marché francophone a augmenté de 7,6 %, et ce malgré la pandémie (figure 2-2). Cette résilience relativement plus marquée du marché francophone s'est manifestée tant dans la production télévisuelle et cinématographique et correspond probablement à l'augmentation du financement général du gouvernement du Québec¹⁰ destiné au secteur audiovisuel¹¹ ainsi qu'aux mesures prises à court terme pour atténuer les effets de la pandémie.

Les statistiques des sections 3 et 4 montrent que la production cinématographique et la production télévisuelle ont toutes deux augmenté sur le marché francophone en 2020-2021. Cela est attribuable à une augmentation importante de la production de documentaires, d'œuvres de variétés et d'arts de la scène et d'émissions de télé (figure 3-8). Dans le secteur des longs métrages en salles, la forte baisse du nombre de projets francophones (de 38 à 22) (figure 4-2) est compensée par une forte hausse des budgets moyens (de 2,6 millions de dollars à 3,6 millions de dollars) (figure 4-4), ce qui se traduit par un accroissement de 13,7 % du volume en 2020-2021 (figure 4-1).

La production de contenu en anglais n'a pas été aussi bonne en 2020-2021. Tant la production télévisuelle et la production cinématographique ont chuté, respectivement de 18,2 % et de 14,6 %. Dans le secteur télévisuel, seule la production de documentaires a affiché une augmentation du volume annuel. Tous les autres genres de production télévisuelle ont subi une baisse en 2020-2021 (figure 3-8). Malgré tout, les effets défavorables de la pandémie de COVID-19 ont été, dans une large mesure, atténués par la mise en place d'une panoplie de programmes de soutien d'urgence financés par le gouvernement, dont le Fonds d'indemnisation à court terme qui vise à encourager la relance de nombreux projets.

Les répercussions de la pandémie sur les revenus publicitaires et les conditions d'affaires au sein du secteur canadien de la radiodiffusion sont manifestes d'après le profil de financement de la production de contenu canadien en 2020-2021. La valeur des droits de licence de diffuseur privé canadien a diminué de 32,1 % en 2020-2021, soit plus de trois fois la baisse en pourcentage de toutes les autres sources de financement (figure 2-10). Cette baisse du financement des diffuseurs est en grande partie due au manque d'obligations en matière de dépenses de programmation canadiennes au cours des premiers mois de la pandémie. Selon une décision récente du CRTC, ces déficits devront être comblés d'ici 2023 pour les grands groupes de propriété et d'ici 2024 pour les diffuseurs indépendants¹².

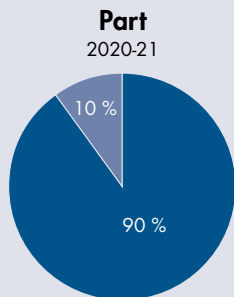
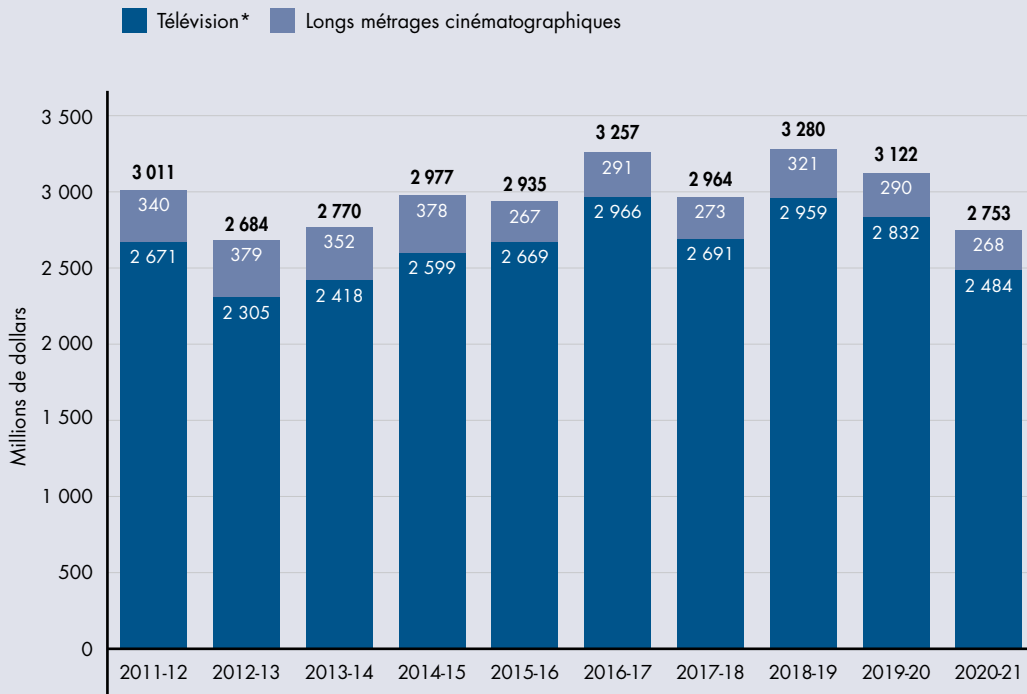
¹⁰ Société de développement des entreprises culturelles (2020), « [155,2 M\\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises](#) », communiqué, 2 juin 2020.

¹¹ Ministère de la Culture et des Communications (2020), « [Québec crée un programme pour permettre la reprise des tournages pour le cinéma et la télé](#) » communiqué, 13 juillet 2020.

¹² CRTC (2021a), « Allègement réglementaire pour les radiodiffuseurs canadiens privés dans le contexte de la pandémie de COVID-19 », Décision de radiodiffusion CRTC 2021-274, 21 août 2021.

MOYEN DE DIFFUSION

Figure 2-1 Volume de la production de contenu canadien par moyen de diffusion



Taux de croissance annuel moyen

Secteur	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Télévision*	(12,3 %)	(0,8 %)
Longs métrages cinématographiques	(7,4 %)	(2,6 %)
Moyenne : tous secteurs confondus	(11,8 %)	(1,0 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne ainsi que le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement », soit le contenu qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, a été diffusé exclusivement sur l'une des plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 132 millions de dollars en 2018-2019, à 107 millions de dollars en 2019-2020 et à 159 millions de dollars en 2020-2021.

Encadré 2 Production de contenu d'abord diffusé en ligne

Avant 2017, les producteurs canadiens ne pouvaient profiter du Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) que pour les œuvres audiovisuelles certifiées par le BCPAC et présentées au Canada par un diffuseur canadien autorisé, en salles ou distribuées sur disque Blu-ray ou DVD, bien que ce contenu pouvait également être présenté d'abord en ligne. Depuis la multiplication des services sur demande offerts en ligne, de nombreux producteurs canadiens se tournent de plus en plus vers les plateformes en ligne pour offrir en exclusivité les longs métrages et émissions de télévision qu'ils produisent, en plus de produire du contenu destiné principalement à la consommation en ligne.

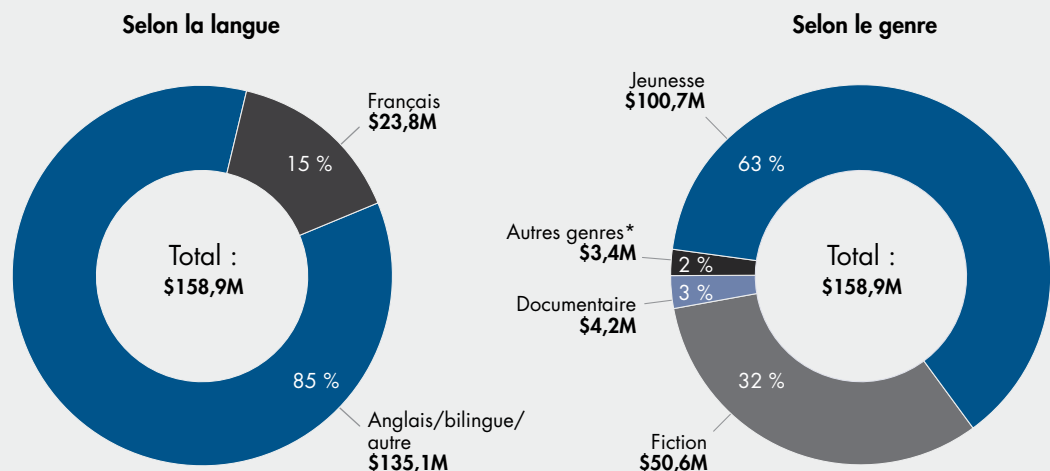
Nous utilisons l'appellation « production de contenu d'abord diffusé en ligne » pour faire référence à ce type de production. La « production de contenu diffusé exclusivement en ligne » est une subdivision de la catégorie « production de contenu d'abord diffusé en ligne », qui comprend le contenu audiovisuel qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, est diffusé exclusivement au Canada sur l'une des nombreuses plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'[Avis public du BCPAC 2017-01](#). En date du 2 août 2021, la liste compte 16 sites Web de diffuseurs autorisés (p. ex., CBC Gem (autrefois l'application CBC TV), ICI TOU.TV, aptn.ca CTV GO et VRAC.tv), deux services hybrides de vidéos sur demande (Club illico et Crave) et 38 autres services de vidéo en ligne (dont Netflix Canada, Amazon Prime Canada, iTunes Canada et 12 chaînes YouTube approuvées par le BCPAC).

Volume et nombre de projets de contenus audiovisuels canadiens en ligne

	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Volume (M\$)	68,9	132,2	107,3	158,9
Nombre de projets	100	130	99	92
Budget moyen (en milliers de dollars)	689	1 017	1 084	1 727

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Volume de contenu audiovisuel canadien en ligne, 2020-2021

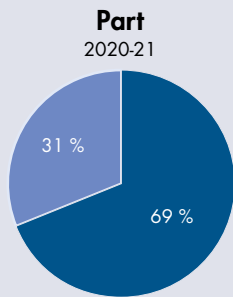
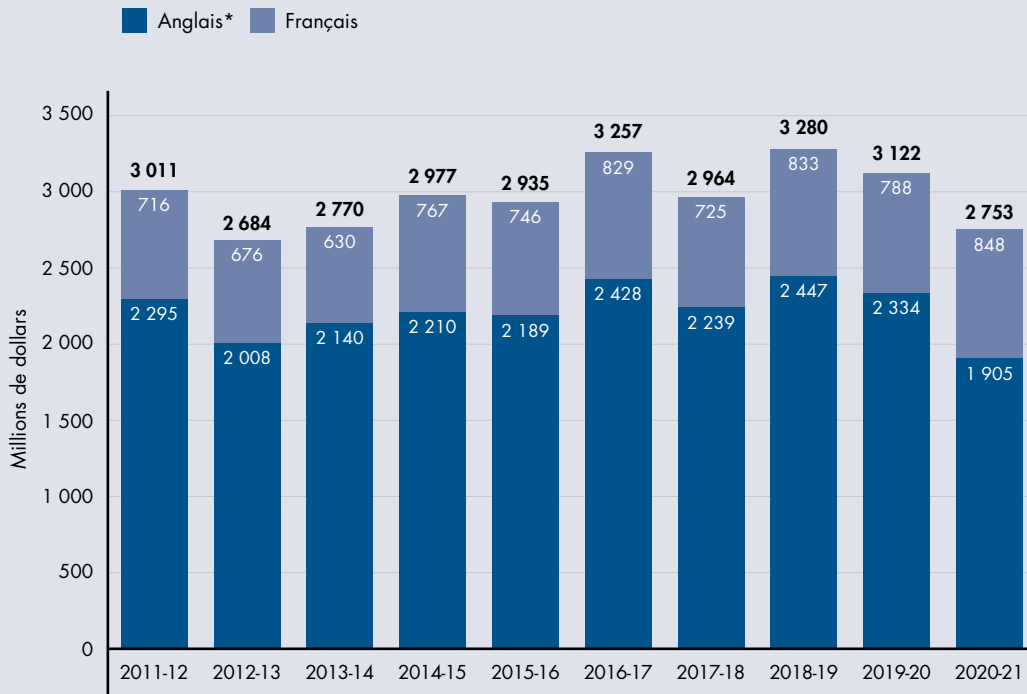


Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

* Comprend le contenu d'intérêt général et sur le mode de vie, et le genre variété et arts de la scène. Les données sur les productions d'autres genres ont été combinées par souci de ne pas divulguer les montants propres aux différents projets.

LANGUE

Figure 2-2 Volume total de la production de contenu canadien par langue



Taux de croissance annuel moyen

Langue	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Anglais*	(18,4 %)	(2,0 %)
Français	7,6 %	1,9 %
Moyenne : toutes langues confondues	(11,8 %)	(1,0 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2020-2021. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

GENRES

Figure 2-3 Volume de la production de contenu canadien par genre et moyen de diffusion

(millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Fiction										
Télévision	1 225	1 096	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 444	1 452	1 256
Longs métrages cinématographiques*	277	357	314	295	179	253	205	275	257	193
Total	1 502	1 453	1 407	1 521	1 366	1 827	1 470	1 718	1 709	1 449
Jeunesse										
Télévision	438	322	419	467	552	459	516	523	451	402
Longs métrages cinématographiques*	45	14	29	74	76	29	50	35	23	74
Total	483	336	448	541	628	488	566	558	474	476
Documentaire										
Télévision	373	370	311	248	274	247	259	312	235	318
Longs métrages cinématographiques*	14	7	8	7	10	10	19	12	10	1
Total	387	377	319	255	284	257	278	324	245	319
Mode de vie et intérêt général**										
Total	478	395	478	542	553	564	497	602	561	351
Variétés et arts de la scène										
Total	161	122	118	118	104	122	155	79	134	158

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* En raison du faible nombre de productions dans les catégories mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène pour la distribution en salles, les volumes de 2016-2017 à 2020-2021 ont été combinés à ceux des œuvres de fiction.

** Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Figure 2-4 Nombre de projets de contenu canadien par genre et moyen de diffusion, 2020-2021

	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Nombre						
Émissions de télévision	293	147	366	215	75	1 096
Longs métrages cinématographiques	65	6	4	0	0	75
Total	358	153	370	215	75	1 171
Proportion du total						
Émissions de télévision	82 %	96 %	99 %	100 %	100 %	94 %
Longs métrages cinématographiques	18 %	4 %	1 %	0 %	0 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Figure 2-5 Volume de la production de contenu canadien par genre et langue, 2020-2021*

	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général*	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
M\$						
Anglais**	1 141	351	222	149	42	1 905
Français	307	126	97	202	73	848
Total	1 449	476	319	351	115	2 753
Proportion du total						
Anglais**	79 %	74 %	69 %	43 %	36 %	69 %
Français	21 %	26 %	31 %	57 %	64 %	31 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

** Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2020-2021. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

Figure 2-6 Volume de la production télévisuelle canadienne pour la jeunesse par langue et catégorie*

M\$	2019-20			2020-21		
	Animation	Prise de vue réelle	Total	Animation	Prise de vue réelle	Total
Anglais**	244	117	361	268	26	294
Français	70	19	89	14	95	109
Total	314	137	451	282	120	402

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

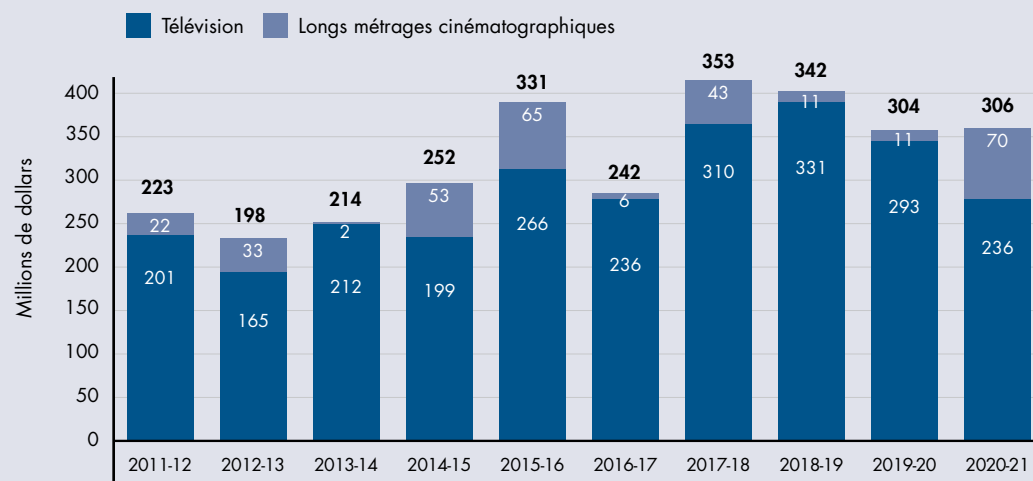
Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* En raison de la confidentialité des données, les statistiques ne peuvent être présentées que pour la production télévisuelle et excluent la production de longs métrages.

** Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production de contenu canadien de 2011-2012 à 2020-2021. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

ŒUVRES D'ANIMATION

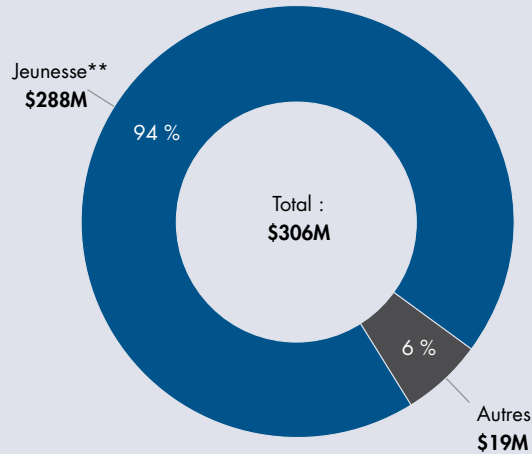
Figure 2-7 Volume d'œuvres d'animation canadienne



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

Figure 2-8 Volume d'œuvres télévisuelles d'animation au Canada par genre, 2020-2021*



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Comprend la production télévisuelle et les films pour présentation en salles.

** On suppose que 95 % de la production d'œuvres d'animation présentées en salles en 2020-2021 étaient des œuvres destinées aux enfants et aux jeunes. Ce pourcentage correspond à la moyenne constatée entre 2015-2016 et 2018-2019.

RÉGION

Figure 2-9 Volume total de la production de contenu canadien par région

(millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Part 2020-2021
Ontario	1 475	1 229	1 225	1 340	1 376	1 405	1 410	1 539	1 472	1 169	42 %
Québec	907	846	842	977	869	1 048	838	960	900	929	34 %
Colombie-Britannique	376	425	435	470	463	549	430	562	441	454	17 %
Provinces des Prairies et territoires*	147	100	146	121	130	145	147	137	223	127	5 %
Canada Atlantique**	106	84	122	70	98	111	139	83	84	72	3 %
Total	3 011	2 684	2 770	2 977	2 935	3 257	2 964	3 280	3 122	2 753	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2021*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

** Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard.

FINANCEMENT

Figure 2-10 Financement de la production de contenu canadien

	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%	Millions de dollars	%
Droits de licence des diffuseurs privés	455	14 %	375	13 %	399	12 %	411	13 %	279	10 %
Droits de licence des diffuseurs publics	320	10 %	347	12 %	345	11 %	336	11 %	354	13 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	331	10 %	301	10 %	326	10 %	311	10 %	275	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	571	18 %	551	19 %	622	19 %	572	18 %	517	19 %
Distributeurs canadiens ²	494	15 %	337	11 %	409	12 %	353	11 %	364	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	392	12 %	460	16 %	435	13 %	474	15 %	412	15 %
Fonds des médias du Canada	278	9 %	260	9 %	262	8 %	276	9 %	281	10 %
Téléfilm Canada	69	2 %	67	2 %	70	2 %	68	2 %	38	1 %
Autre financement public ⁴	139	4 %	98	3 %	176	5 %	135	4 %	103	4 %
Autre financement privé ⁵	208	6 %	170	6 %	236	7 %	185	6 %	128	5 %
Total	3 257	100 %	2 964	100 %	3 280	100 %	3 122	100 %	2 753	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du FMC et de Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

1. Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les nouveaux projets pour en compléter le financement.
2. Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets de télévision et aux longs métrages destinés aux salles en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des territoires invendus à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.
3. Cette catégorie comprend les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant d'entreprises de diffusion, de distribution et d'autres secteurs établies à l'étranger.
4. L'« autre financement public » comprend le financement provenant d'administrations publiques provinciales et d'autres ministères et organismes publics fédéraux, à l'exclusion des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, des droits de licence des diffuseurs publics canadiens et de l'aide financière accordée par Téléfilm Canada.
5. L'« autre financement privé » comprend le financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

Financement versé par les sociétés de production canadiennes

Les crédits d'impôt fédéral et provinciaux représentent une partie de la participation financière des maisons de production canadiennes dans les projets cinématographiques et télévisuels. Le montant des crédits d'impôt que reçoivent ces dernières est calculé en fonction de leurs dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la plupart des cas, les crédits d'impôt sont investis directement dans les nouveaux projets afin d'en compléter le financement.

Lorsqu'on additionne les crédits d'impôt fédéral et provinciaux réinvestis aux fonds fournis par leurs maisons de production, l'apport des producteurs aux budgets de production dans ce secteur représente, dans la majorité des cas, un minimum de 25 % à 35 % du budget total des projets. Il incombe aussi aux producteurs d'assurer la distribution des œuvres au Canada et à l'étranger, et de trouver le financement bancaire nécessaire.

De nombreux producteurs signalent aussi l'émergence d'une « nouvelle normalité » qui fait en sorte que les producteurs prennent des risques financiers plus importants dans le développement de projets de production d'œuvres cinématographiques ou télévisuelles avant d'obtenir le financement nécessaire. La consolidation du secteur canadien de la télédiffusion (les principaux acheteurs de contenu canadien) et le renforcement de leur emprise sur le marché de la commande de contenu télévisuel contribuent en partie à la mise en place de cette nouvelle normalité.

3. Production télévisuelle canadienne

La production télévisuelle canadienne comprend les séries télévisées, les miniséries, les téléfilms, les émissions d'un seul épisode et les émissions pilotes. Elle est constituée d'œuvres certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) ou par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour leur contenu canadien.

La production télévisuelle se compose d'œuvres de différents genres, dont les suivants : fiction (drame et comédie), émissions jeunesse, documentaire, mode de vie et intérêt général, et variétés et arts de la scène. La production interne des télédiffuseurs, qui englobe notamment les bulletins de nouvelles et les émissions de sport et d'affaires publiques réalisés par les diffuseurs canadiens, est exclue¹³.

Faits saillants de 2020-2021



- Le volume de production télévisuelle en français a augmenté de 7 %.
- Le volume de production télévisuelle canadienne a été plus élevé dans les catégories documentaire (hausse de 35,6 %) et variétés et arts de la scène (hausse de 17,9 %).
- Les contributions du Fonds des médias du Canada (FMC) à la production télévisuelle canadienne s'établissent à 281 millions de dollars et ont soutenu un volume de production de 1,37 milliard de dollars.
- L'effet de levier financier des contributions du FMC a augmenté pour s'établir à 3,86 dollars en apports de tiers par dollar versé par le FMC.



- Le volume de la production télévisuelle canadienne a diminué de 12,3 % pour se chiffrer à 2,48 milliards de dollars.
- Le volume de la production de séries de télévision canadiennes a reculé de 14,8 % pour un total de 2,04 milliards de dollars, et le nombre de séries produites est passé de 807 à 710.
- La production télévisuelle en anglais a diminué de 18,2 %.
- Le volume de production télévisuelle canadienne a diminué dans plusieurs genres : œuvres de fiction (13,5 %), émissions jeunesse (10,8 %) et émissions d'intérêt général et consacrées au mode de vie (37,5 %).
- Le budget moyen de la production d'œuvres de fiction en anglais a diminué à 1,37 million de dollars l'heure.
- Le volume de la production télévisuelle d'œuvres d'animation a reculé à 236 millions de dollars, soit une baisse de 19,5 %.

¹³ Les statistiques relatives à la production interne des télédiffuseurs sont présentées plus loin à la section 7 du présent rapport.

Après avoir atteint un sommet historique de 2,96 milliards de dollars en 2018-2019, la production télévisuelle canadienne a diminué en 2019-2020 pour atteindre 2,83 milliards de dollars (figure 3-1). En raison de la pandémie de COVID-19, la production télévisuelle canadienne a chuté à 2,48 milliards de dollars en 2020-2021, soit une baisse de 12,3 %. Comme le révèlent les statistiques de cette section, certains sous-secteurs de la télévision canadienne ont en fait échappé à tout impact négatif et ont même affiché de faibles gains d'activité en 2020-2021.

La production de contenu en français a atteint un sommet historique de 764 millions de dollars en 2020-2021, alors que la production de contenu en anglais a chuté de 18,2 % (figure 3-3). La production télévisuelle en français a été renforcée par un volume de production plus élevé des émissions jeunesse, des documentaires et du contenu de variétés ou des arts de la scène (figure 3-8)¹⁴.

En examinant l'ensemble des marchés, nous constatons que la production a été plus faible dans les catégories fiction, jeunesse, style de vie et intérêt général (figure 3-5). En revanche, le volume de production a été plus élevé dans les genres documentaire et variétés et arts de la scène.

Même si les sous-secteurs mode de vie et intérêt général, ainsi que fiction – en particulier les émissions de fiction en anglais – ont été les plus touchés par la pandémie, ce sont eux qui ont le plus contribué à la production télévisuelle canadienne au cours de la dernière décennie. Entre 2011-2012 et 2019-2020 (c'est-à-dire jusqu'au début de la pandémie), le genre fiction a ajouté 227 millions de dollars à son volume de production annuel et le genre mode de vie et intérêt général 83 millions de dollars (figure 3-5). Sans la croissance de ces deux sous-secteurs, le volume total de la production télévisuelle canadienne aurait terminé la décennie à un niveau beaucoup plus faible.

Contrairement à la production d'œuvres en prise de vue réelle, la production d'œuvres d'animation a connu un regain relativement rapide pendant la pandémie de COVID-19, compte tenu de la transition rapide du sous-secteur vers le travail à distance. Toutefois, les statistiques indiquent que tout regain de la production d'œuvres d'animation pour cette raison a pu être compensé par d'autres évolutions des commandes ou des marchés entraînant une baisse de la production. Le volume total de production d'œuvres d'animation au Canada pour la télévision a chuté à 236 millions de dollars, soit une baisse de 20 % pour 2020-2021, et ce même si la production de contenu en français est passée de 10 millions à 15 millions de dollars (figure 3-10). C'est près de 100 millions de dollars de moins que le sommet de la décennie atteint à peine deux ans plus tôt en 2018-2019.

Le FMC demeure un acteur majeur du secteur de la télévision au Canada: ses contributions chiffrées à 276 millions de dollars ont soutenu un volume total de production de 1,31 milliard de dollars (figure 3-13). Cela a représenté environ 55 % de toute la production télévisuelle canadienne en 2020-2021, ce qui illustre bien le rôle primordial joué par le FMC sur le plan du soutien économique.

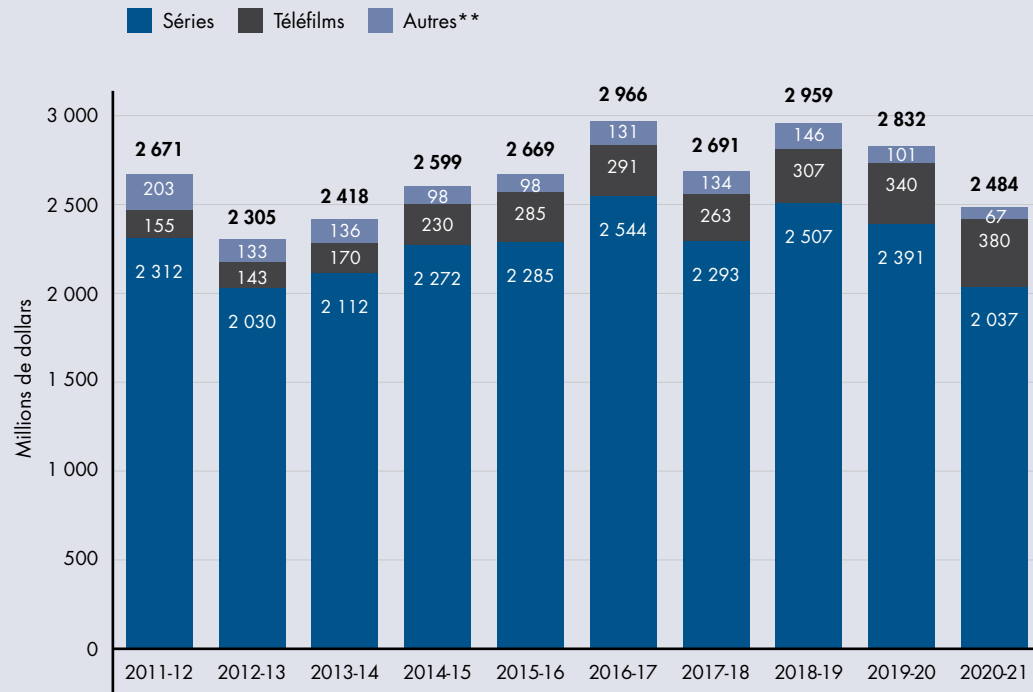
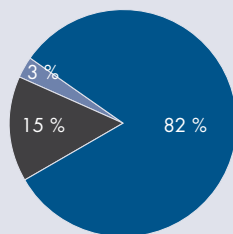
La stabilisation du secteur assuré par le FMC a été particulièrement utile compte tenu de la diminution du financement apporté par les diffuseurs canadiens sur le marché anglophone. La valeur des droits de licence de diffuseur sur le marché francophone est demeurée stable en 2020-2021 (figure 3-17c); toutefois, sur le marché anglophone, elle a chuté de 32,4 %, ou 125 millions de dollars (figure 3-17b). Cette baisse s'explique en grande partie par le fait que les diffuseurs privés ont réduit leurs dépenses de production canadienne, notamment le financement des émissions d'intérêt national et de la production indépendante, au début de la pandémie de COVID-19. Selon une décision récente du CRTC, ces déficits devront être comblés d'ici 2023 pour les grands groupes de propriété et d'ici 2024 pour les diffuseurs indépendants¹⁵.

¹⁴ Les données du BCPAC indiquent que, avant d'appliquer un ajustement général pour tenir compte du délai d'application du CIPC (se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails), le volume de la production télévisuelle de langue française a augmenté de 1,5 % en 2020-2021. Le taux d'augmentation estimé pour la production télévisuelle en français (7 %) pourrait être révisé à la baisse (ou à la hausse) au cours des prochaines années, une fois que toutes les demandes de CIPC auront été soumises au BCPAC.

¹⁵ CRTC (2021a), « Allègement réglementaire pour les radiodiffuseurs canadiens privés dans le contexte de la pandémie de COVID-19 », Décision de radiodiffusion CRTC 2021-274, 21 août 2021.

TYPES

Figure 3-1 Volume de la production télévisuelle canadienne* par type

Part
2020-21

Taux de croissance annuel moyen

Types	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Séries	(14,8 %)	(1,4 %)
Téléfilms	11,8 %	10,5 %
Autres**	(33,9 %)	(11,6 %)
Moyenne : tous types confondus	(12,3 %)	(0,8 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend le contenu audiovisuel d'abord diffusé en ligne ainsi que le contenu audiovisuel pour « diffusion en ligne exclusivement », soit le contenu qui, au cours de la période de deux ans qui commence dès que la production est achevée, a été diffusé exclusivement sur l'une des plateformes en ligne reconnues par le BCPAC dans l'Avis public du BCPAC 2017-01. Selon le BCPAC, le volume total de la production de contenu d'abord diffusé en ligne s'est chiffré à 132 millions de dollars en 2018-2019, à 107 millions de dollars en 2019-2020 et à 159 millions de dollars en 2020-2021.

** Comprend les émissions d'un seul épisode et les émissions pilotes.

Figure 3-2 Nombre de projets pour la télévision par type

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Séries	786	751	725	813	836	853	827	903	807	710
Téléfilms	103	102	127	151	170	155	139	172	176	205
Autres projets pour la télévision*	385	330	339	300	297	323	313	345	262	182
Total	1 274	1 183	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 420	1 245	1 097

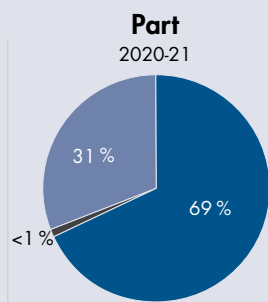
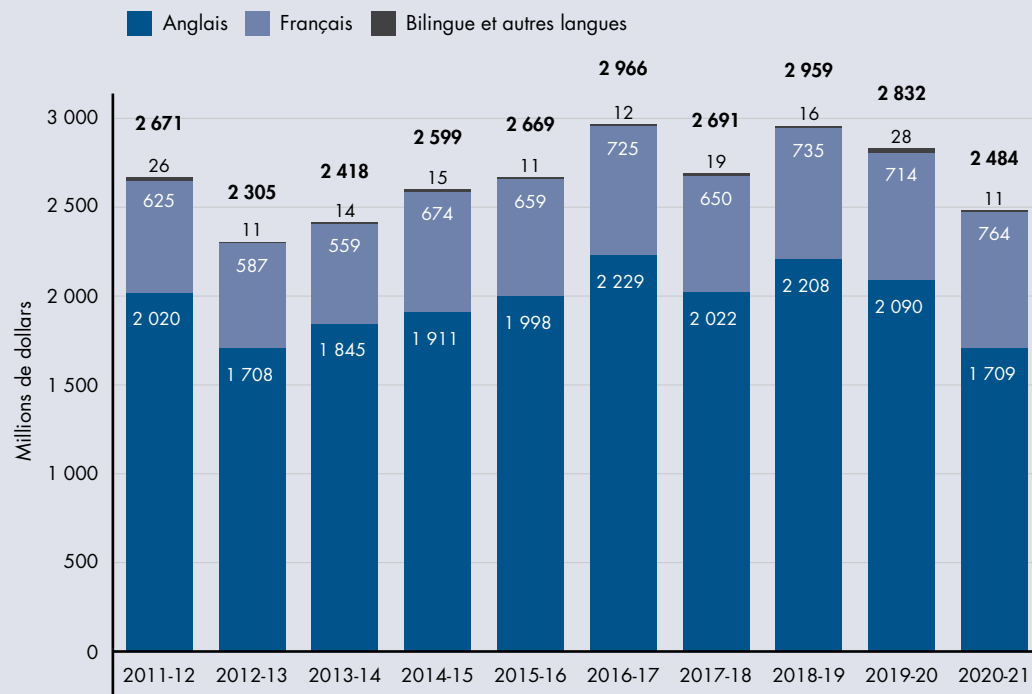
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les émissions d'un seul épisode et les émissions pilote.

LANGUE

Figure 3-3 Volume de la production télévisuelle canadienne par langue



Taux de croissance annuel moyen

Langue	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Anglais	(18,2 %)	(1,8 %)
Français	7,0 %	2,3 %
Bilingue et autres langues	(61,5 %)	(9,0 %)
Moyenne : toutes langues confondues	(12,3 %)	(0,8 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

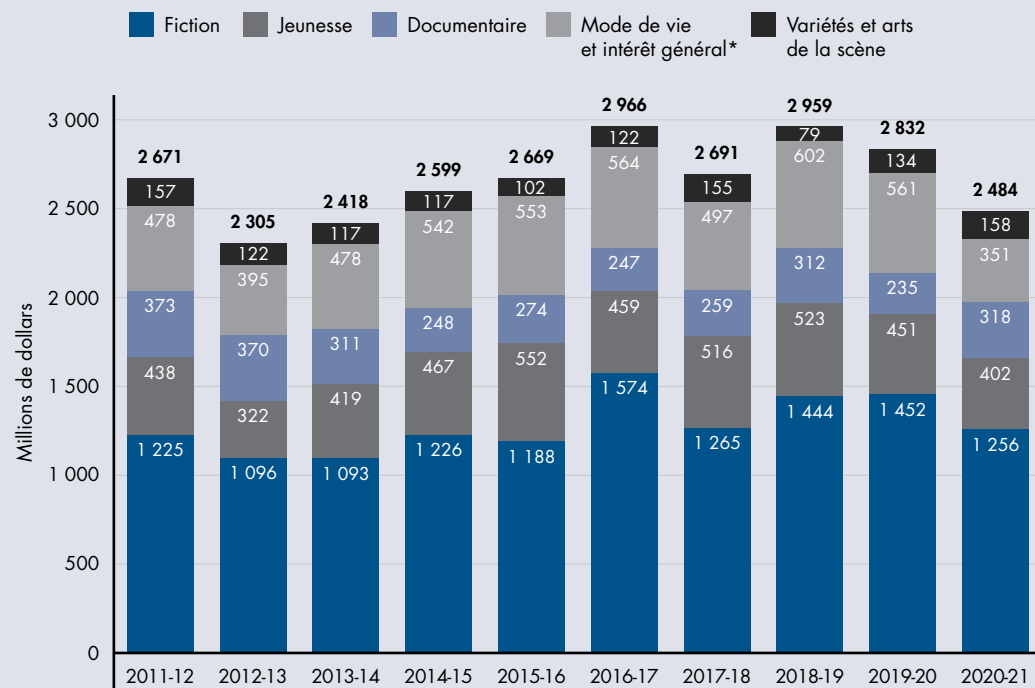
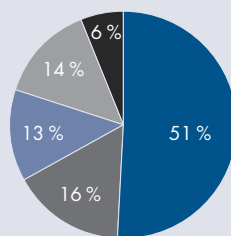
Figure 3-4 Nombre de projets pour la télévision par langue

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais	721	665	689	662	705	702	697	759	648	546
Français	535	499	485	587	583	615	567	636	582	543
Bilingue et autres langues	18	19	17	15	15	14	15	25	15	8
Total	1 274	1 183	1 191	1 264	1 303	1 331	1 279	1 420	1 245	1 097

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

GENRE

Figure 3-5 Volume de la production télévisuelle par genre

Part
2020-21

Taux de croissance annuel moyen

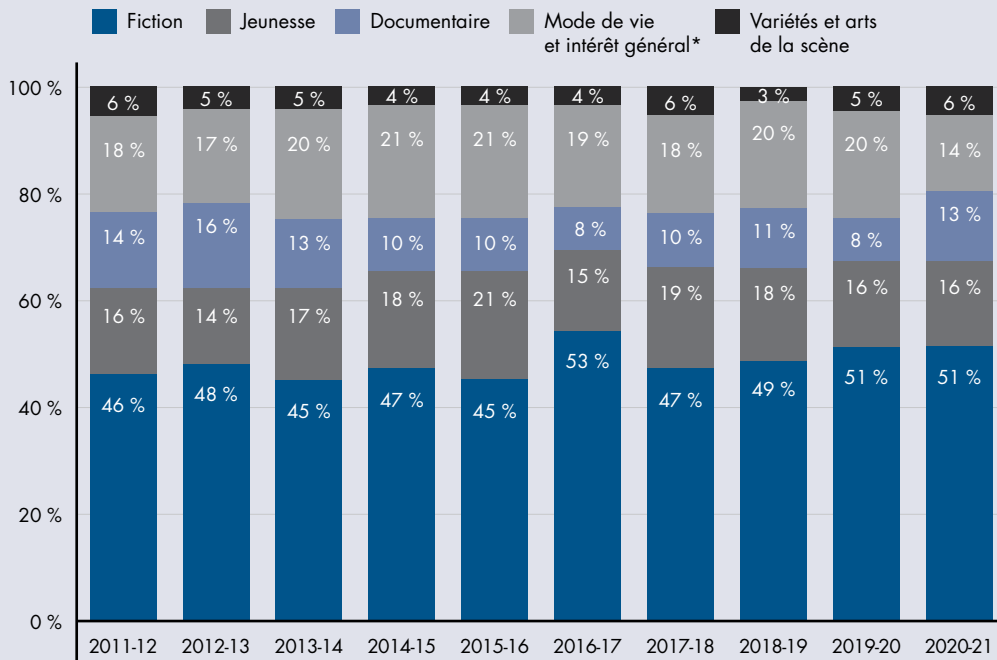
Genre	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Fiction	(13,5 %)	0,3 %
Jeunesse	(10,8 %)	(0,9 %)
Documentaires	35,6 %	(1,8 %)
Mode de vie et intérêt général*	(37,5 %)	(3,4 %)
Variétés et arts de la scène	17,9 %	0,0 %
Moyenne : toutes langues confondues	(12,3 %)	(0,8 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

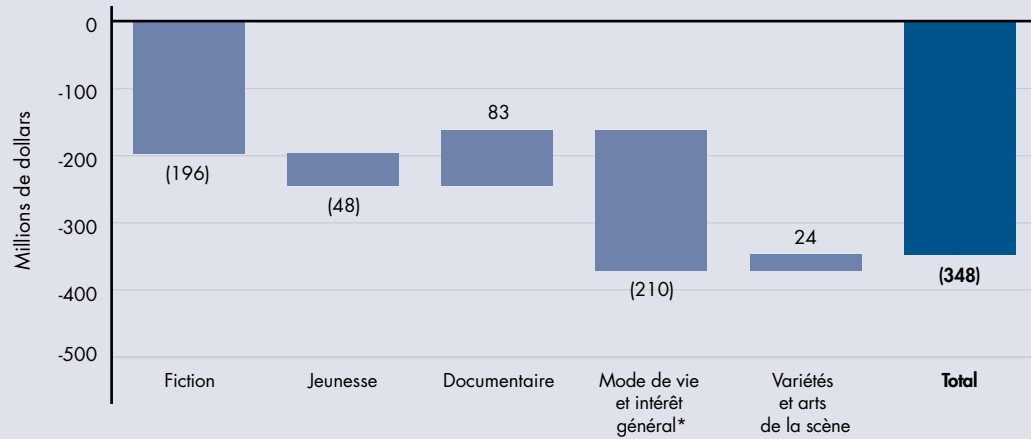
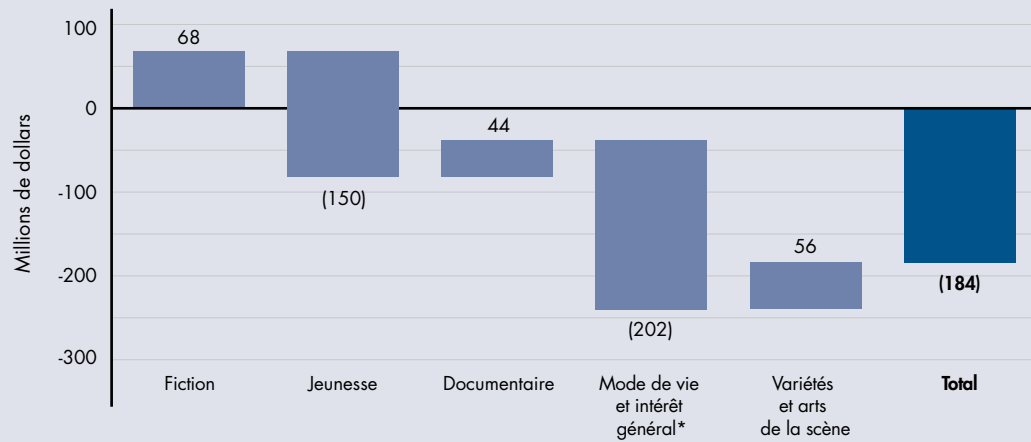
Figure 3-6 Proportion du volume total de la production télévisuelle canadienne par genre



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Figure 3-7 Contribution à la croissance du volume de production par genre**Un an (2019-20 à 2020-21)****Cinq ans (2015-16 à 2020-21)**

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

Figure 3-8 Volume de la production télévisuelle canadienne par genre et langue

(millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Fiction										
Anglais*	1 035	901	909	1 003	988	1 314	1 071	1 183	1 201	1 015
Français	190	195	184	223	200	260	194	261	252	240
Total	1 225	1 096	1 093	1 226	1 188	1 574	1 265	1 444	1 452	1 256
Jeunesse										
Anglais*	341	249	354	389	468	368	409	409	361	294
Français	97	74	65	78	84	90	106	114	89	109
Total	438	322	419	467	552	459	516	523	451	402
Documentaire										
Anglais*	289	281	238	162	195	175	207	256	169	221
Français	84	89	73	85	79	72	52	55	65	97
Total	373	370	311	248	274	247	259	312	235	318
Mode de vie et intérêt général**										
Anglais*	305	246	327	333	329	326	277	340	332	149
Français	173	149	151	209	224	238	220	262	230	202
Total	478	395	478	542	553	564	497	602	561	351
Variétés et arts de la scène										
Anglais*	76	42	32	37	29	58	76	36	55	41
Français	80	81	85	79	73	64	79	42	78	116
Total	157	122	117	117	102	122	155	79	134	158

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2011-2012 à 2020-2021. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

** Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

BUDGET

Figure 3-9 Budgets moyens par genre

Productions de langue anglaise

Milliers de dollars/heure	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Fiction										
Moyen	1 700	1 304	1 220	1 240	1 298	1 401	1 307	1 313	1 413	1 373
Médian	1 470	1 308	1 150	1 231	1 269	1 454	1 313	1 283	1 326	1 039
Jeunesse										
Moyen	854	711	867	855	1 073	1 190	1 018	1 504	1 362	942
Médian	583	512	656	764	817	528	448	513	800	538
Documentaire										
Moyen	367	321	312	307	333	348	355	387	384	320
Médian	277	292	249	253	260	319	313	297	327	222
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	308	265	322	265	273	298	250	305	321	327
Médian	305	277	286	223	232	240	178	233	269	250
Variétés et arts de la scène										
Moyen	556	386	461	363	424	580	585	449	493	815
Médian	360	197	267	248	258	323	408	300	258	470

Productions de langue française

Milliers de dollars/heure	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Fiction										
Moyen	517	427	402	450	553	597	506	591	539	619
Médian	504	327	342	417	564	575	488	574	569	597
Jeunesse										
Moyen	206	313	187	220	186	187	380	318	300	288
Médian	150	167	143	159	142	134	144	187	218	190
Documentaire										
Moyen	252	212	204	222	196	202	208	186	174	177
Médian	211	173	179	190	168	170	173	168	153	152
Mode de vie et intérêt général*										
Moyen	113	104	119	73	93	105	102	107	110	109
Médian	83	79	63	69	84	97	92	102	104	109
Variétés et arts de la scène										
Moyen	220	205	229	261	226	236	273	254	209	290
Médian	163	148	166	201	150	133	196	188	145	182

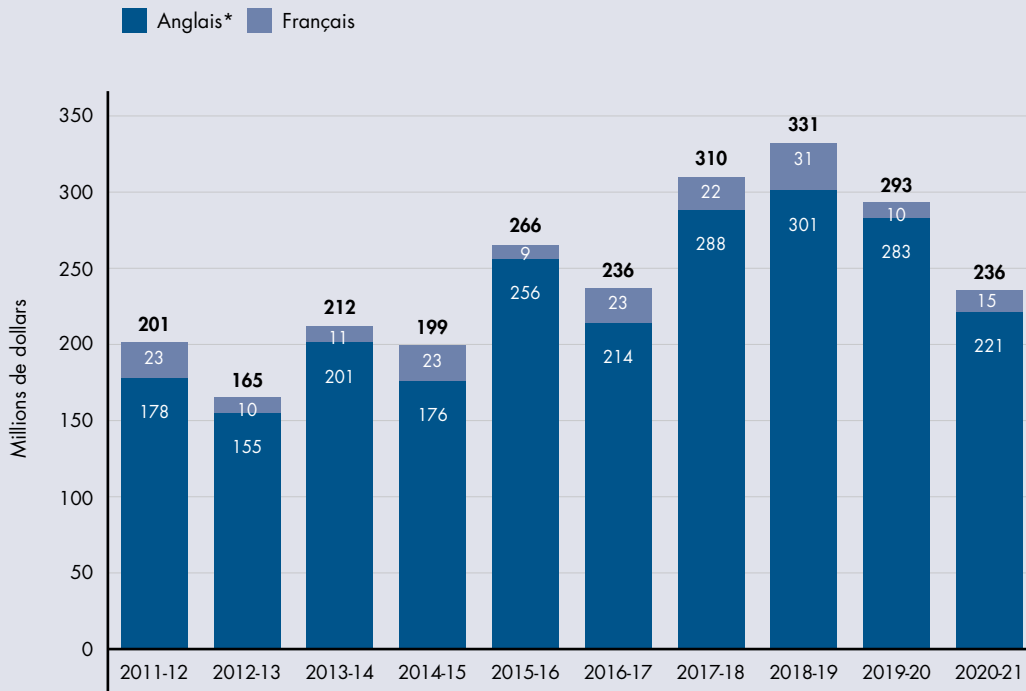
Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les données ne comprennent pas d'estimation (comme dans d'autres figures) de la production télévisuelle certifiée par le CRTC.

* Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.

ŒUVRES D'ANIMATION

Figure 3-10 Volume d'œuvres télévisuelles d'animation par langue



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

* Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, et qui représentent moins d'un pour cent du volume total de production télévisuelle en anglais de 2011-2012 à 2020-2021. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

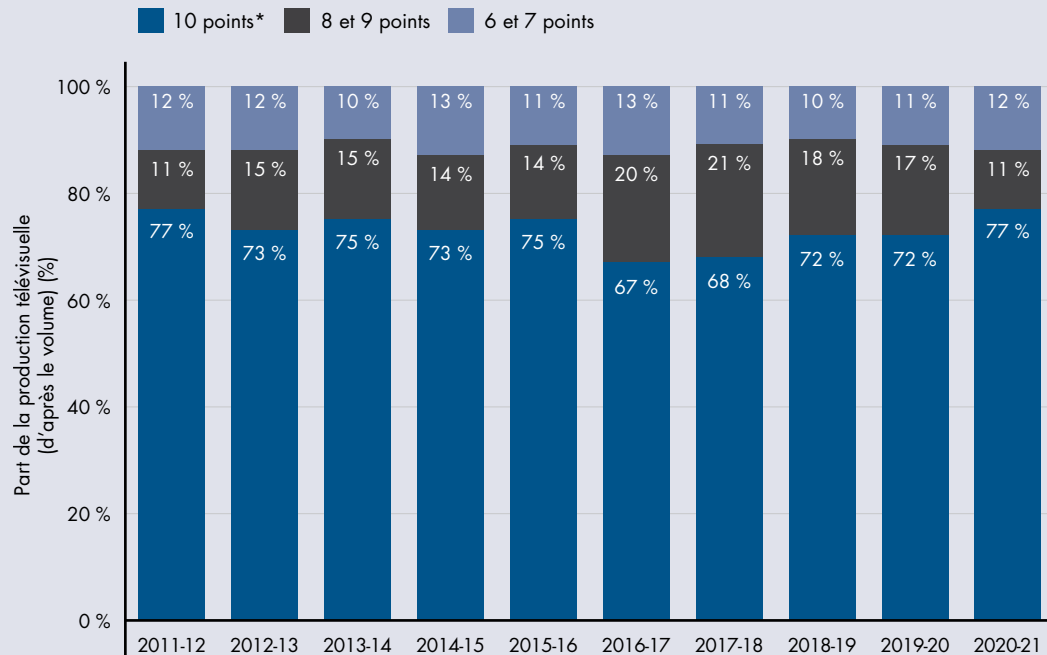
POINTS DE CONTENU CANADIEN

Pour certifier les émissions de télévision et les films produits au Canada comme étant du contenu canadien, le BCPAC et le CRTC se servent d'outils d'évaluation pour attribuer des points aux œuvres. Elles obtiennent des points pour chaque poste clé de création occupé par une personne canadienne. Les télédiffuseurs canadiens se fient ensuite à ces certifications pour satisfaire à leurs obligations de diffusion de contenu canadien. Le barème qu'emploie le BCPAC (en combinaison avec d'autres critères) sert également à déterminer si un film ou une émission de télévision est admissible au Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC) ainsi qu'à d'autres mécanismes de financement offerts par Téléfilm Canada et par le FMC¹⁶. Pour être certifiée comme du contenu canadien, une œuvre cinématographique ou télévisuelle (autre qu'une coproduction audiovisuelle régie par un traité) doit obtenir au moins six points sur une possibilité de dix¹⁷.

¹⁶ Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'échelle de points du contenu canadien et toutes les autres exigences du CIPC, veuillez consulter les [Lignes directrices sur la présentation des demandes – Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne \(CIPC\)](#) du BCPAC.

¹⁷ Un documentaire peut être certifié même s'il obtient moins de six points. Tous les postes clés de création doivent cependant avoir été confiés à des Canadiens.

Figure 3-11 Production télévisuelle selon le nombre de points de contenu canadien (coproductions audiovisuelles régies par des traités non comprises)



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Comprend toutes les productions (autres que les coproductions audiovisuelles régies par des traités) dont tous les postes clés de création, selon les définitions du BCPAC, ont été confiés à des Canadiens, même si la production ne fait pas appel à certains postes clés du barème. Par exemple, une émission de télévision n'ayant qu'un interprète principal peut obtenir un maximum de neuf points. Pour les besoins du figure ci-dessus, nous avons transposé sur une échelle de dix points toutes les cotes attribuées aux œuvres. Par exemple, une émission de télévision ayant obtenu sept points sur neuf est classée comme une production ayant une cote de huit sur dix.

RÉGION

Figure 3-12 Volume de la production télévisuelle par région

(millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Part 2020-2021
Ontario	1 299	1 056	1 094	1 216	1 263	1 323	1 297	1 398	1 321	1 013	41 %
Québec	772	701	664	774	762	895	703	819	788	841	34 %
Colombie-Britannique	367	387	417	426	429	512	420	542	435	434	17 %
Provinces des Prairies et territoires*	130	88	127	114	122	127	138	122	206	124	5 %
Canada Atlantique**	102	73	116	70	93	109	133	79	81	72	3 %
Total	2 671	2 305	2 418	2 599	2 669	2 966	2 691	2 959	2 832	2 484	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2021*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Pour certaines provinces et certains territoires, les données d'exercices antérieurs ont été révisées en raison du reclassement de certaines productions dans les données d'autres périodes (soit celle durant laquelle les principaux travaux de prise de vue ont commencé) ou pour d'autres provinces ou territoires.

* Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

** Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard.

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

Le Fonds des médias du Canada (FMC) est financé par le gouvernement du Canada et des entreprises de distribution par câble, par satellite et par IP, souvent désignées « entreprises de distribution de radiodiffusion » ou EDR. Le FMC a comme mission de favoriser, de promouvoir, de développer et de financer la production de contenus canadiens et d'applications pertinentes pour toutes les plateformes audiovisuelles.

Le FMC administre un budget global supérieur à 350 millions de dollars couvrant deux volets voués au contenu sur écran : le volet convergent et le volet expérimental. Il fournit également du financement pour diverses initiatives de développement de l'industrie dans le cadre de son programme de financement du développement sectoriel.

Le volet convergent soutient des projets combinant du contenu télévisuel à un contenu ou à des applications destinés à au moins une autre plateforme numérique. Le volet expérimental appuie la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation. La présente section donne un aperçu de la production de contenu sur écran soutenue par le volet convergent du FMC. L'encadré 3 (plus loin dans cette section) fournit des données pour le volet expérimental.

En 2020-2021, le financement consenti par le FMC s'est établi à 281 millions de dollars. Il a contribué à la production d'œuvres télévisuelles d'une valeur totale de 1,37 milliard de dollars et créé 35 900 emplois (ETP)¹⁸. Même si la valeur totale du financement du FMC a augmenté de 5 millions de dollars au cours du dernier exercice, le FMC doit depuis plusieurs années composer avec des pressions sur ses revenus en raison de la contraction des revenus du secteur canadien des EDR. De 2011-2012 à 2020-2021, la valeur totale du financement du FMC a reculé de 7,3 %, passant de 303 millions de dollars à 281 millions de dollars. Malgré tout, l'effet de levier financier exercé par les contributions du FMC s'est accru au cours des dernières années. En 2020-2021, chaque dollar versé par le FMC pour soutenir des projets a attiré un financement additionnel de 3,86 dollars. Ce résultat surpasse de 14 % la moyenne de 3,38 dollars observée entre 2011-2012 et 2019-2020.

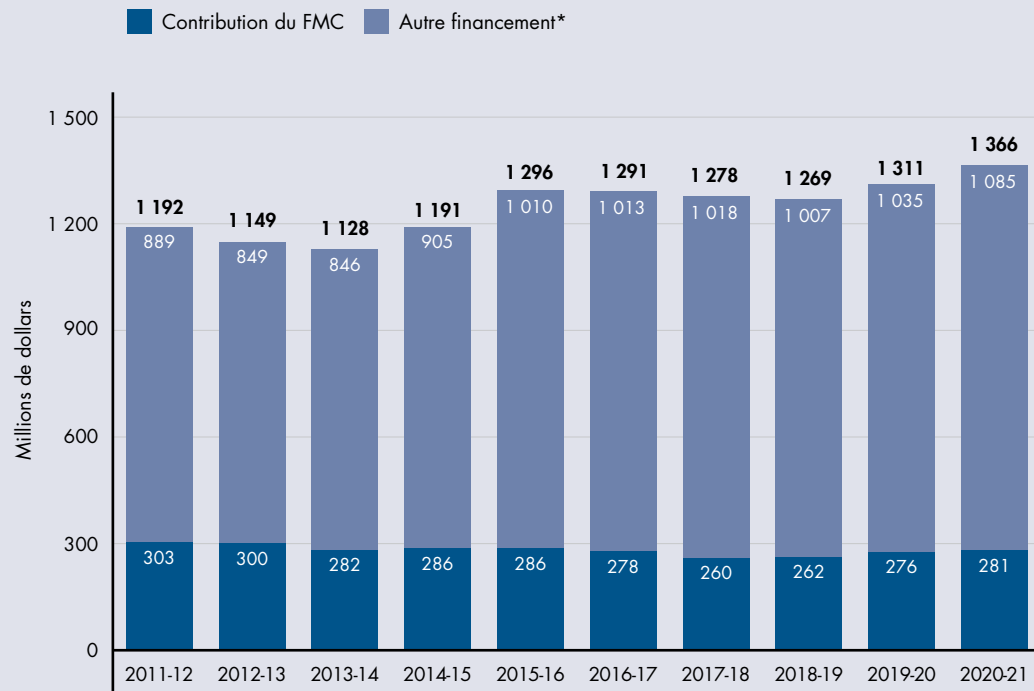
En plus de son financement sectoriel régulier, en 2020-2021, la FMC fait partie des organismes retenus par le gouvernement fédéral pour distribuer au secteur audiovisuel canadien le financement de soutien d'urgence en réponse à la COVID-19. Le FMC a été chargé de distribuer 120,2 millions de dollars du fonds pour les situations d'urgence, dont 101,2 millions en 2020-2021 (le solde de 19 millions étant conservé jusqu'en 2021-2022)¹⁹. Sur le total versé en 2020-2021, 91,8 millions de dollars ont été versés directement aux sociétés de production canadiennes, les 9,4 millions de dollars restants étant réservés au Bureau de l'écran autochtone, aux programmes réguliers du FMC et à d'autres initiatives de développement sectoriel²⁰.

¹⁸ Fonds des médias du Canada, tableaux personnalisés. Les statistiques sur le financement et la production ne comprennent que le contenu télévisuel des projets du volet convergent.

¹⁹ Fonds des médias du Canada (2021), *Rapport annuel 2020-2021 du Fonds des médias du Canada*, p. 106.

²⁰ Fonds des médias du Canada (2021), *Rapport annuel 2020-2021 du Fonds des médias du Canada*, p. 108.

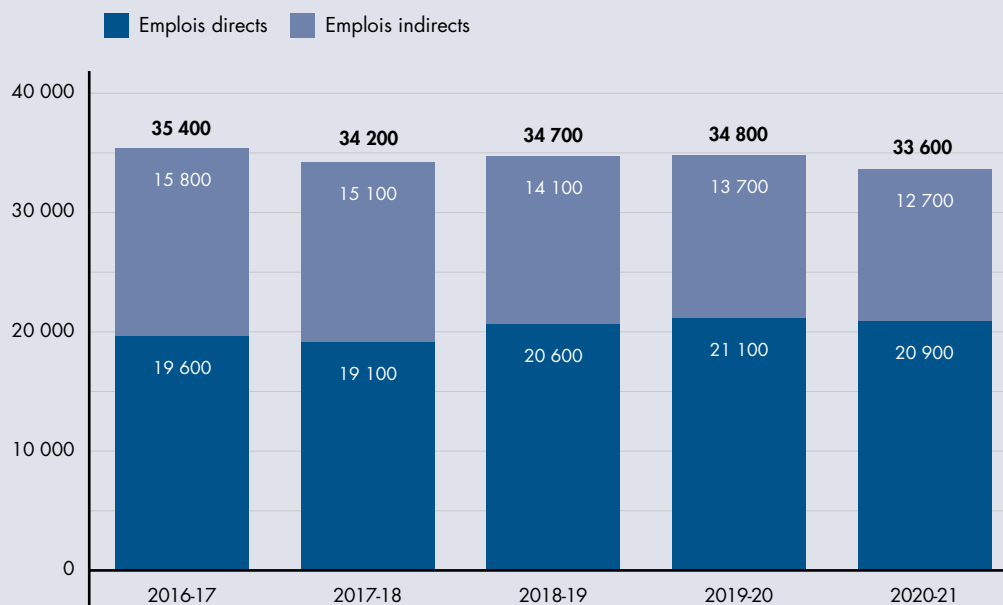
Figure 3-13 Volume de la production télévisuelle canadienne recevant des contributions du FMC



Source : FMC.

* Comprend les contributions des maisons de production, des télédiffuseurs, d'autres organismes gouvernementaux et des distributeurs.

Figure 3-14 Nombre d'emplois (nombre de personnes) attribuables à la production soutenue par le FMC



Sources : Estimations fondées sur les données du FMC, de Statistique Canada et du Conference Board du Canada.

Remarque : Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour une description de la méthode d'estimation des emplois.

Figure 3-15 Nombre d'heures de production télévisuelle soutenue par le FMC par genre

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Documentaire	828	828	886	925	1 041	1 045	831	959	1 051	1 035
Jeunesse	812	785	712	799	763	688	697	516	547	546
Drame (fiction)	613	671	661	700	757	728	724	727	760	674
Variétés et arts de la scène	549	404	321	354	398	418	452	393	415	360
Total	2 801	2 688	2 580	2 778	2 959	2 878	2 704	2 595	2 773	2 615

Source : FMC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Figure 3-16 Contributions du FMC à la production télévisuelle par genre

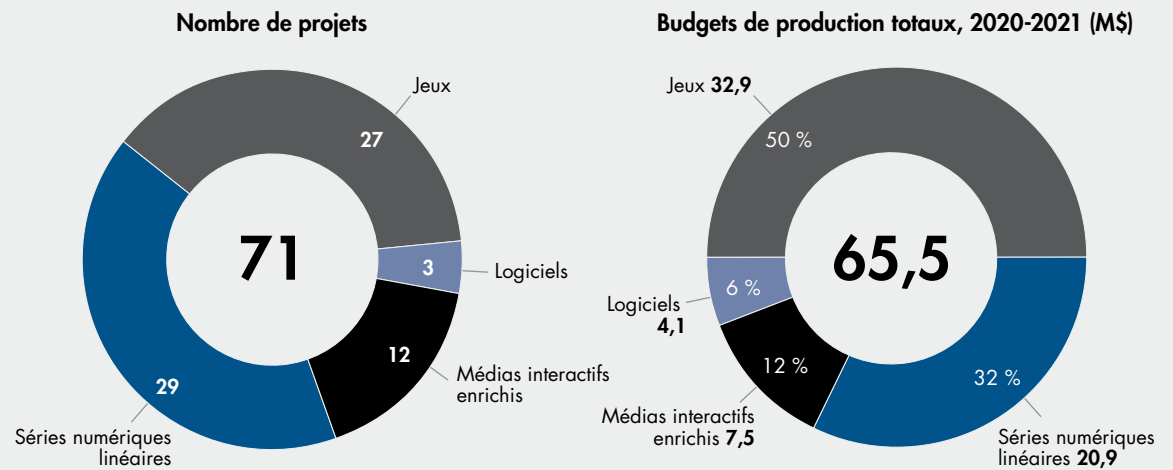
	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
(millions de dollars)										
Documentaire	64	58	57	59	65	69	58	64	69	64
Jeunesse	57	56	56	56	54	39	37	33	38	37
Drame (fiction)	159	166	152	158	153	151	151	153	150	154
Variétés et arts de la scène	23	18	16	13	13	19	15	13	18	26
Total	303	300	282	286	286	278	260	262	276	281
Part du total										
Documentaire	21 %	19 %	20 %	21 %	23 %	25 %	22 %	24 %	25 %	23 %
Jeunesse	19 %	19 %	20 %	20 %	19 %	14 %	14 %	13 %	14 %	13 %
Drame (fiction)	53 %	55 %	54 %	55 %	53 %	54 %	58 %	58 %	54 %	55 %
Variétés et arts de la scène	8 %	6 %	6 %	5 %	5 %	7 %	6 %	5 %	7 %	9 %
Total	100 %	99 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : FMC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Encadré 3 Production de contenus numériques soutenue par le volet expérimental du FMC, 2020-2021

Le volet expérimental appuie la création de contenus numériques et de logiciels d'application interactifs à la fine pointe de l'innovation. En 2020-2021, ce volet a versé 35,2 millions de dollars à 71 projets de production, pour un budget total de 65,5 millions de dollars²¹.



Source : FMC

²¹ Depuis 2019-2020, le FMC ne départage plus les données sur les projets de médias numériques subventionnés par le volet convergent. Il les combine plutôt aux données sur les émissions de télévision financées par ce volet et présentées dans d'autres tableaux de la présente section.

FINANCEMENT

Figure 3-17 Financement de la production télévisuelle canadienne

Toutes les productions télévisuelles canadiennes	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	453	15 %	374	14 %	398	13 %	409	14 %	279	11 %
Droits de licence des diffuseurs publics	318	11 %	344	13 %	342	12 %	334	12 %	354	14 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	313	11 %	285	11 %	305	10 %	294	10 %	261	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	517	17 %	500	19 %	560	19 %	520	18 %	472	19 %
Distributeurs canadiens ²	448	15 %	301	11 %	377	13 %	330	12 %	315	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	378	13 %	431	16 %	392	13 %	426	15 %	361	15 %
FMC ⁴	278	9 %	260	10 %	262	9 %	276	10 %	281	11 %
Autre financement public ⁵	107	4 %	67	2 %	136	5 %	102	4 %	62	2 %
Autre financement privé ⁶	154	5 %	129	5 %	188	6 %	142	5 %	99	4 %
Total	2 966	100 %	2 691	100 %	2 959	100 %	2 832	100 %	2 484	100 %

Productions de langue anglaise ⁷	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	272	12 %	235	12 %	234	11 %	247	12 %	116	7 %
Droits de licence des diffuseurs publics	159	7 %	161	8 %	155	7 %	141	7 %	146	8 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	232	10 %	210	10 %	222	10 %	213	10 %	174	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	402	18 %	401	20 %	444	20 %	410	19 %	347	20 %
Distributeurs canadiens ²	442	20 %	293	14 %	369	17 %	323	15 %	310	18 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	373	17 %	425	21 %	389	17 %	421	20 %	354	21 %
FMC ⁴	185	8 %	177	9 %	178	8 %	188	9 %	188	11 %
Autre financement public ⁵	64	3 %	58	3 %	103	5 %	83	4 %	36	2 %
Autre financement privé ⁶	113	5 %	81	4 %	131	6 %	92	4 %	50	3 %
Total	2 241	100 %	2 041	100 %	2 224	100 %	2 118	100 %	1 720	100 %

Productions de langue française	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	183	25 %	140	22 %	166	23 %	164	23 %	165	22 %
Droits de licence des diffuseurs publics	161	22 %	184	28 %	188	26 %	195	27 %	209	27 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	81	11 %	75	12 %	84	11 %	82	11 %	87	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	115	16 %	99	15 %	115	16 %	109	15 %	124	16 %
Distributeurs canadiens ²	4	1 %	5	1 %	6	1 %	4	1 %	6	1 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	2	<1 %	5	1 %	2	<1 %	2	<1 %	5	1 %
FMC ⁴	93	13 %	83	13 %	84	11 %	88	12 %	92	12 %
Autre financement public ⁵	44	6 %	10	1 %	34	5 %	19	3 %	25	3 %
Autre financement privé ⁶	41	6 %	49	8 %	57	8 %	50	7 %	50	7 %
Total	725	100 %	650	100 %	735	100 %	714	100 %	764	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et du FMC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

1. Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.
2. Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les nouveaux projets pour en compléter le financement.
3. Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets de télévision en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des territoires invendus à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.
4. Cette catégorie comprend les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant d'entreprises de diffusion, de distribution et d'autres secteurs établies à l'étranger.
5. Seuls les émissions de fiction, les émissions jeunesse, les documentaires et les émissions de variétés et vouées aux arts de la scène sont admissibles au financement par le FMC.
6. L'« autre financement public » comprend le financement provenant d'administrations publiques provinciales et d'autres ministères et organismes publics fédéraux, à l'exclusion des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, des droits de licence des diffuseurs publics canadiens et de l'aide financière accordée par Téléfilm Canada.
7. L'« autre financement privé » comprend le financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

Figure 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne par genre, 2020-2021

Toutes les langues	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général ¹	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	61	8	50	142	22	279
Droits de licence des diffuseurs publics	165	43	29	63	53	354
Crédit d'impôt fédéral	133	38	32	40	17	261
Crédits d'impôt provinciaux ³	247	90	58	53	23	472
Distributeurs canadiens ³	196	65	42	10	1	315
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	232	97	31	1	0	361
FMC ⁵	154	37	64	0	26	281
Autre financement public ⁶	26	8	6	14	9	62
Autre financement privé ⁷	40	18	8	26	6	99
Total	1 256	402	318	350	158	2 484
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	5 %	2 %	16 %	41 %	14 %	11 %
Droits de licence des diffuseurs publics	13 %	11 %	9 %	18 %	34 %	14 %
Crédit d'impôt fédéral	11 %	9 %	10 %	11 %	11 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ³	20 %	22 %	18 %	15 %	15 %	19 %
Distributeurs canadiens ³	16 %	16 %	13 %	3 %	1 %	13 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	18 %	24 %	11 %	<1 %	0 %	15 %
FMC ⁵	12 %	9 %	20 %	0 %	16 %	11 %
Autre financement public ⁶	2 %	2 %	2 %	4 %	6 %	2 %
Autre financement privé ⁷	3 %	4 %	2 %	7 %	4 %	4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Productions de langue anglaise⁸						
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	24	4	22	65	2	116
Droits de licence des diffuseurs publics	103	7	16	9	13	146
Crédit d'impôt fédéral	107	27	20	16	4	174
Crédits d'impôt provinciaux ³	206	68	41	25	6	347
Distributeurs canadiens ³	195	62	40	10	1	310
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	233	90	29	1	0	354
FMC ⁵	112	23	43	0	10	188
Autre financement public ⁶	11	5	5	12	3	36
Autre financement privé ⁷	24	9	6	10	1	50
Total	1 015	294	221	149	41	1 720
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	2 %	1 %	10 %	44 %	5 %	7 %
Droits de licence des diffuseurs publics	10 %	2 %	7 %	6 %	33 %	8 %
Crédit d'impôt fédéral	11 %	9 %	9 %	11 %	11 %	10 %
Crédits d'impôt provinciaux ³	20 %	23 %	19 %	17 %	15 %	20 %
Distributeurs canadiens ³	19 %	21 %	18 %	7 %	2 %	18 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	23 %	31 %	13 %	<1 %	0 %	21 %
FMC ⁵	11 %	8 %	19 %	0 %	25 %	11 %
Autre financement public ⁶	1 %	2 %	2 %	8 %	8 %	2 %
Autre financement privé ⁷	2 %	3 %	3 %	7 %	1 %	3 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

(Suite à la page suivante)

Figure 3-18 Financement de la production télévisuelle canadienne selon le genre, 2019-2020 (suite)

Productions de langue française	Fiction	Jeunesse	Documentaire	Mode de vie et intérêt général ¹	Variétés et arts de la scène	Tous les genres
Montant (M\$)						
Droits de licence des diffuseurs privés	36	5	30	75	20	165
Droits de licence des diffuseurs publics	61	38	14	55	39	209
Crédit d'impôt fédéral	26	11	11	25	13	87
Crédits d'impôt provinciaux ³	42	21	16	28	17	124
Distributeurs canadiens ³	4	1	1	<1	1	6
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	0	5	0	<1	0	5
FMC ⁵	42	14	21	0	15	92
Autre financement public ⁶	13	3	1	4	5	25
Autre financement privé ⁷	16	11	4	14	5	50
Total	240	109	97	202	116	764
Part du financement total						
Droits de licence des diffuseurs privés	15 %	5 %	31 %	37 %	17 %	22 %
Droits de licence des diffuseurs publics	25 %	35 %	14 %	27 %	34 %	27 %
Crédit d'impôt fédéral	11 %	10 %	11 %	12 %	11 %	11 %
Crédits d'impôt provinciaux ³	18 %	19 %	16 %	14 %	15 %	16 %
Distributeurs canadiens ³	2 %	1 %	1 %	<1 %	<1 %	1 %
Préventes et avances de distribution étrangère ⁴	0 %	4 %	0 %	<1 %	0 %	<1 %
FMC ⁵	18 %	13 %	21 %	0 %	13 %	12 %
Autre financement public ⁶	5 %	3 %	1 %	2 %	4 %	3 %
Autre financement privé ⁷	7 %	10 %	4 %	7 %	5 %	7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC et du FMC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les données ci-dessus comprennent une estimation de la production d'émissions certifiées par le CRTC.

1. Comprend les magazines et une faible proportion d'émissions auparavant considérées comme étant de nature pédagogique ou informative.
2. Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les nouveaux projets pour en compléter le financement.
3. Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux projets de télévision en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des territoires invendus à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.
4. Cette catégorie comprend les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant d'entreprises de diffusion, de distribution et d'autres secteurs établies à l'étranger.
5. Seuls les émissions de fiction, les émissions jeunesse, les documentaires et les émissions de variétés et vouées aux arts de la scène sont admissibles au financement par le FMC.
6. L'« autre financement public » comprend le financement provenant d'administrations publiques provinciales et d'autres ministères et organismes publics fédéraux, à l'exclusion des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, des droits de licence des diffuseurs publics canadiens et de l'aide financière accordée par Téléfilm Canada.
7. L'« autre financement privé » comprend le financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.
8. Comprend les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.

4. Production de longs métrages cinématographiques canadiens

La production de longs métrages cinématographiques canadiens se compose principalement de longs métrages d'abord destinés aux salles de cinéma²². Les productions *Le guide de la famille parfaite*, *Beans*, *Les voleurs de la nuit*, *Aline*, *Les oiseaux ivres* et *La Pat' Patrouille : Le film* figurent au nombre des œuvres récentes.

Faits saillants de 2020-2021



- La production de longs métrages cinématographiques canadiens en français a augmenté de 13,7 % pour atteindre 84 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction en français s'est accru pour s'établir à 3,6 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages canadiens de fiction a augmenté pour atteindre 2,9 millions de dollars.
- Le budget moyen des longs métrages de fiction en anglais a augmenté pour atteindre un total de 2,7 millions de dollars.
- La proportion de longs métrages destinés aux salles dotés d'un budget se situant entre 1 million et 2,5 millions de dollars est passée de 28 % à 37 %.



- Le volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens destinée aux salles a baissé de 7,4 % pour atteindre 268 millions de dollars.
- Les producteurs canadiens ont réalisé 75 longs métrages, contre 126 en 2019-2020.
- Le volume de production de longs métrages en anglais²³ a baissé de 14,6 % pour atteindre 184 millions de dollars.
- La proportion de longs métrages destinés aux salles dotés d'un budget supérieur à 5 millions de dollars est passée de 18 % à 17 %.
- Le volume total de production de longs métrages de fiction a diminué de 25 % pour atteindre 193 millions de dollars.
- Le nombre de longs métrages de fiction est passé de 100 à 65.

²² Dans le contexte du présent rapport, « long métrage » fait référence à tout film d'une durée minimale de 75 minutes. Les longs métrages sont financés en vue de leur présentation en salles.

²³ En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour 2016-2017 à 2020-2021.

Avec une baisse de seulement 7,4 % du volume total en 2020-2021, il semblerait que le secteur de la production de longs métrages cinématographiques canadiens n'ait été que modérément touché par la pandémie (figure 4-1). Néanmoins, le volume total de production de longs métrages destinés aux salles a chuté à 268 millions de dollars en 2020-2021, ce qui confirme la tendance à la baisse du volume de production des dernières années. Malgré tout, sans le soutien offert par les programmes d'urgence liés à la COVID-19 comme le Fonds d'indemnisation à court terme (FICT) de 50 millions de dollars – par lequel le gouvernement fédéral a indemnisé les producteurs canadiens pour les arrêts de production dus à la pandémie – le volume de production dans le secteur aurait été sans doute beaucoup plus faible.

La production de longs métrages en français semble avoir été particulièrement résiliente en 2020-2021, malgré la pandémie. En fait, le volume total de production a augmenté de 13,7 %, passant de 74 millions de dollars à 84 millions de dollars (figure 4-1). Cette résilience est probablement le fait de l'accroissement du financement général du gouvernement du Québec destiné au secteur audiovisuel²⁴ et de la prise de mesures à court terme visant à atténuer les effets de la pandémie²⁵.

Un examen de la dernière décennie (2011-2012 à 2020-2021) révèle clairement que le volume annuel de la production de longs métrages cinématographiques canadiens a été considérablement moindre dans la dernière moitié de la décennie (2015-2016 à 2020-2021) que dans la première moitié (2011-2012 à 2014-2015). Dans les quatre premières années, le volume annuel de la production de longs métrages cinématographiques canadiens s'est situé en moyenne à 362 millions de dollars (figure 4-1). Pendant la deuxième moitié de la décennie, la moyenne annuelle a chuté à 285 millions de dollars, soit une baisse de près de 16 %.

Malgré les baisses de volume des dernières années, le nombre annuel de longs métrages cinématographiques canadiens est demeuré pratiquement inchangé. En moyenne, 122 films ont été produits annuellement de 2011-2012 à 2015-2016 et 128 de 2016-2017 à 2019-2020 (figure 4-2). Sur fond de pandémie, seulement 75 films ont toutefois été produits en 2020-2021.

Ces chiffres annuels constants au cours des première et deuxième moitié de la décennie indiquent que la baisse de volume de la production de longs métrages cinématographiques canadiens est attribuable à la diminution des budgets de production. Dans la première moitié de la décennie, les longs métrages cinématographiques canadiens en anglais avaient en moyenne un budget de 3,3 millions de dollars (figure 4-3), un chiffre qui a diminué de 20 %, soit 2,6 millions de dollars, dans la seconde moitié.

Bien que le marché cinématographique mondial et les investissements étrangers dans la production²⁶ font fluctuer le volume de production de longs métrages cinématographiques canadiens d'une année à l'autre, Téléfilm Canada et d'autres sources publiques continuent de jouer un rôle plus déterminant dans le financement des longs métrages au Canada. En 2020-2021, les sources de financement public ont représenté 52 % du financement total de la production de longs métrages canadiens (figure 4-7).

Les investissements étrangers dans la production de longs métrages cinématographiques canadiens ont, en fait, augmenté, tant au volume qu'en pourcentage. En 2020-2021, les investissements étrangers sont passés de 71 millions de dollars à 100 millions de dollars (figure 1-5), pour un financement total de 25 % à 37 % (figure 4-7a). Cette augmentation est entièrement attribuable à un accroissement du financement de la production de contenus en anglais par les distributeurs canadiens. La contribution des distributeurs canadiens a plus que doublé, passant de 18 millions de dollars à 43 millions de dollars (figure 4-7b), bien que cette hausse puisse être attribuée à quelques de films à grand budget ayant de solides perspectives commerciales.

²⁴ Société de développement des entreprises culturelles (2020), « [155,2 M\\$ additionnels pour la relance des entreprises culturelles québécoises](#) », communiqué, 2 juin 2020.

²⁵ Ministère de la Culture et des Communications (2020), « [Québec crée un programme pour permettre la reprise des tournages pour le cinéma et la télé](#) » communiqué, 13 juillet 2020.

²⁶ Les investissements étrangers comprennent la valeur du financement provenant de sources étrangères et de distributeurs canadiens, qui subventionnent souvent la production de longs métrages non seulement pour la diffusion au pays, mais aussi pour la revente à d'autres marchés.

Téléfilm Canada

Téléfilm Canada est une société d'État créée en 1967 par le gouvernement canadien pour soutenir financièrement la production de films canadiens. Actuellement, sa mission consiste à financer, favoriser et promouvoir le développement du secteur audiovisuel canadien. Téléfilm soutient également la promotion et l'exportation des productions canadiennes dans le circuit des festivals et celui des marchés du film, autant sur la scène régionale que nationale et internationale, afin de participer activement au succès commercial, culturel et industriel du secteur.

De plus, Téléfilm fait des recommandations au ministre du Patrimoine canadien quant à la certification de coproductions réalisées en vertu de traités de coproductions audiovisuelles, et administre les programmes de financement pour le compte du Fonds des médias du Canada.

En 2020-2021, l'aide financière apportée au secteur de la production audiovisuelle par Téléfilm Canada s'est chiffrée à 106,1 millions de dollars²⁷. Ce montant comprend 55,7 millions de dollars en soutien au développement du secteur de la production audiovisuelle (incluant notamment les programmes d'aide voués à la production, au développement et aux documentaires), et 20,4 millions de dollars en soutien promotionnel et 30,0 millions de dollars pour contrer les effets de la COVID-19²⁸.

Outre ce soutien financier permanent, Téléfilm Canada a administré en 2020-2021, un programme de soutien d'urgence de 173,5 millions de dollars pour lutter contre les effets de la pandémie de COVID-19²⁹. Ce programme comprenait 29,8 millions de dollars liés au Fonds de soutien d'urgence de Téléfilm, 93,7 millions de dollars administrés au nom du Fonds des médias du Canada (FMC) pour le Fonds de soutien d'urgence du FMC et 50,0 millions de dollars administrés pour le Fonds d'indemnisation à court terme (FICT)³⁰.

Le Fonds d'indemnisation à court terme est une mesure temporaire visant à minimiser les conséquences du vide créé par l'absence de couverture d'assurance en cas d'interruptions de tournages et d'abandons de productions en raison de la pandémie de la COVID-19. Dans le cadre de ce Fonds, Téléfilm Canada indemnise les producteurs admissibles pour des coûts de production canadienne directement engendrés par une interruption de plus d'une journée de tournage ou un abandon de la production avant la fin du tournage en raison de la COVID-19.

En 2020-2021 (28 octobre 2020 et 31 mars 2021), le Fonds a couvert 187 productions pour une couverture totale de 105 millions de dollars, ce qui représente un volume de production total de 612 millions de dollars.

Ces mesures temporaires ont été instaurées pour atténuer les pressions financières auxquelles font face les entreprises du secteur pour maintenir les emplois et la continuité des activités, tout en soutenant la reprise de la production.

²⁷ Telefilm Canada (2021), *A Mobilizing Effect: 2020-2021 Annual Report*, p. 22-23.

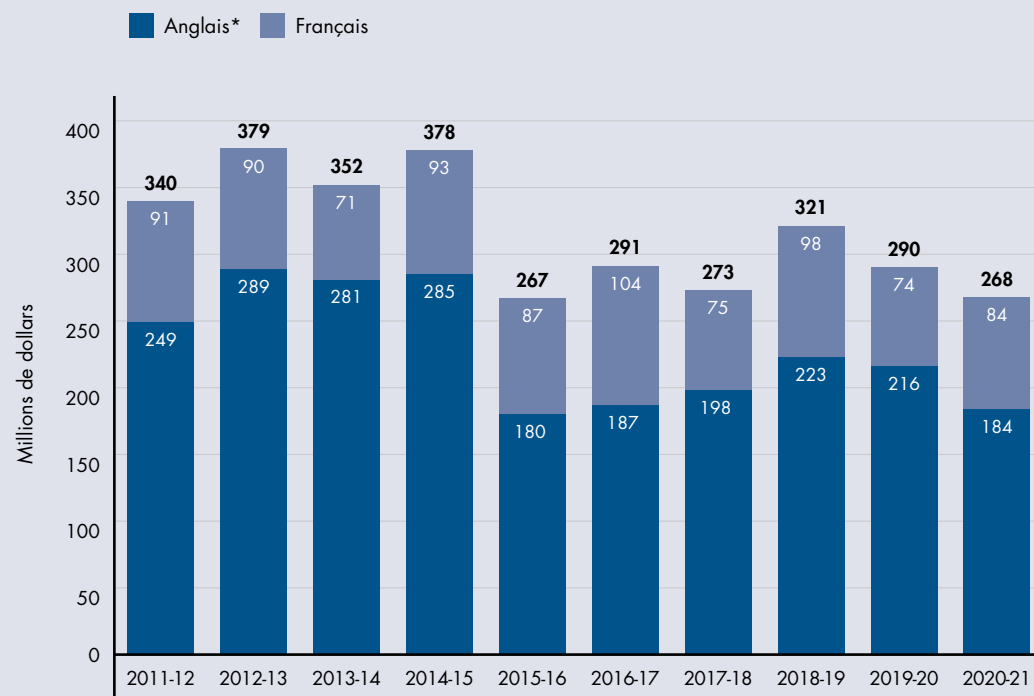
²⁸ Ibid.

²⁹ Telefilm Canada (2021), p. 8.

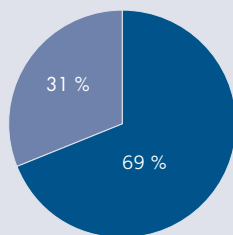
³⁰ Ibid.

LANGUE

Figure 4-1 Volume de la production canadienne de longs métrages cinématographiques par langue



Part
2020-21



Taux de croissance annuel moyen

Langue	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Anglais*	(14,6 %)	(3,3 %)
Français	13,7 %	(0,9 %)
Moyenne : toutes langues confondues	(7,4 %)	(2,6 %)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les chiffres peuvent différer de ceux publiés par Téléfilm Canada en raison de différences sur le plan de la comptabilité et de la couverture du financement de Téléfilm Canada.

* En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour 2016-2017 à 2020-2021 et à celles du marché francophone pour 2011-2012 à 2015-2016.

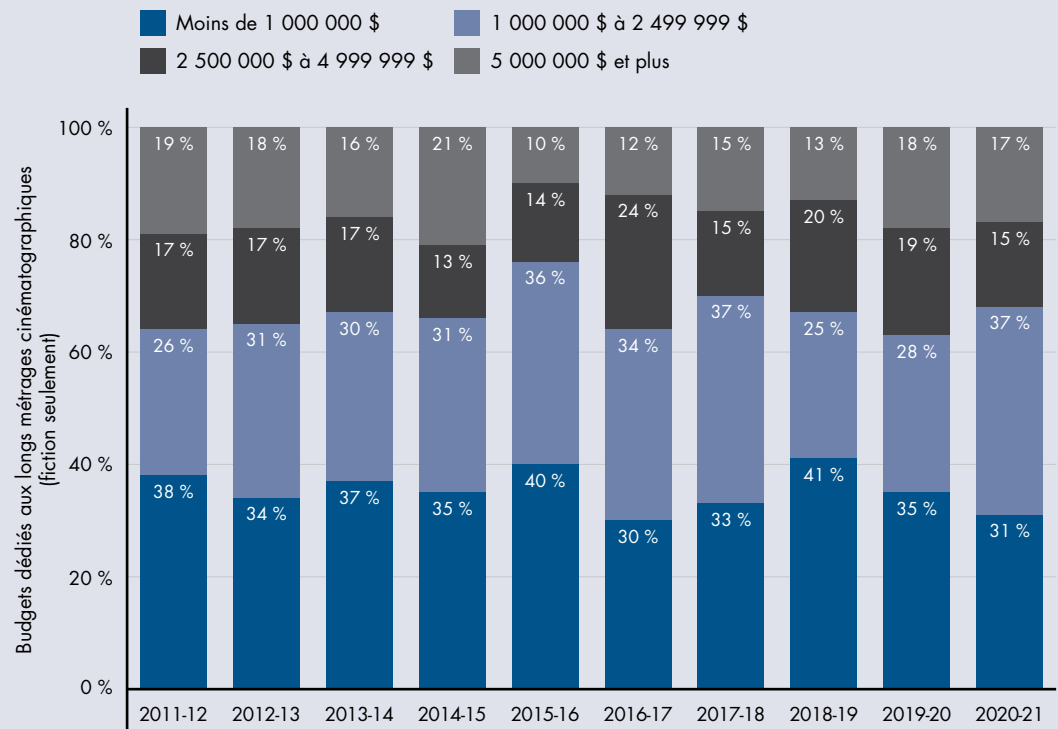
Figure 4-2 Nombre de longs métrages cinématographiques canadiens produits annuellement au Canada par langue

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais/Bilingue/ Autres*	75	90	75	89	84	81	82	102	88	53
Français*	39	38	42	42	38	42	40	37	38	22
Total	114	128	117	131	122	123	122	139	126	75

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

* En raison du très faible nombre d'œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue, les données de cette catégorie ont été combinées à celles du marché anglophone pour 2016-2017 à 2020-2021 et à celles du marché francophone pour 2011-2012 à 2015-2016.

BUDGET

Figure 4-3 Longs métrages cinématographiques par taille du budget (fiction seulement)

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les calculs excluent la participation étrangère aux budgets des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

Figure 4-4 Longs métrages cinématographiques par taille du budget (fiction seulement)

(M\$ par film)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais										
Moyen	3,5	3,6	3,9	3,5	1,8	2,6	2,8	2,3	2,6	2,7
Médian	1,2	1,3	1,3	1,4	1,0	1,6	1,3	1,3	1,3	1,2
Français										
Moyen	3,3	2,7	2,5	2,4	2,2	3,4	2,2	3,2	2,6	3,6
Médian	2,4	1,8	1,9	1,3	1,8	2,4	1,7	3,0	1,9	2,5
Toutes les langues*										
Moyen	3,4	3,4	3,5	3,1	2,0	2,8	2,6	2,6	2,6	2,9
Médian	1,5	1,4	1,4	1,3	1,3	1,8	1,4	1,7	1,4	1,6

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Les calculs excluent la participation étrangère aux budgets des coproductions audiovisuelles régies par des traités.

* Y compris les films tournés en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue.

GENRE

Figure 4-5 Volume de la production canadienne de longs métrages cinématographiques par genre

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Volume (M\$)										
Fiction	277	357	314	295	179	253	205	275	257	193
Autres*	63	21	38	83	88	39	69	46	32	75
Total	340	379	352	378	267	291	273	321	290	268
Nombre de films										
Fiction	81	107	89	94	91	90	80	109	100	65
Autres*	33	21	28	37	31	33	42	30	26	10
Total	114	128	117	131	122	123	122	139	126	75

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Documentaires, jeunesse et variétés et arts de la scène.

RÉGION

Figure 4-6 Volume de la production canadienne de longs métrages cinématographiques par province et territoire

(Millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Part 2020-2021
Ontario	176	173	131	124	113	82	113	141	151	156	58 %
Québec	136	145	178	203	107	153	135	141	112	88	33 %
Colombie-Britannique	8	37	18	44	34	37	10	20	6	20	8 %
Provinces des Prairies et territoires*	17	12	19	7	8	18	9	15	17	3	1 %
Canada Atlantique**	4	11	6	0	5	2	6	4	3	<1	<1 %
Total	340	379	352	378	267	291	273	321	290	268	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2021*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Pour certaines provinces et certains territoires, les données d'exercices antérieurs ont été révisées en raison du reclassement de certaines productions dans les données d'autres périodes (soit celle durant laquelle les principaux travaux de prise de vue ont commencé) ou pour d'autres provinces ou territoires.

* Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

** Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve-et-Labrador, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard.

FINANCEMENT

Figure 4-7 Financement de la production canadienne de longs métrages cinématographiques

Totalité de la production canadienne de longs métrages cinématographiques	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	<1 %	1	<1 %	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	2	1 %	2	1 %	4	1 %	2	1 %	<1	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	17	6 %	17	6 %	20	6 %	17	6 %	14	5 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	54	19 %	51	19 %	63	19 %	52	18 %	45	17 %
Distributeurs canadiens ²	46	16 %	36	13 %	33	10 %	23	8 %	49	18 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	14	5 %	29	11 %	43	13 %	48	17 %	51	19 %
Téléfilm Canada	69	24 %	67	25 %	70	22 %	68	23 %	38	14 %
Autre financement public ⁴	33	11 %	31	11 %	40	13 %	33	11 %	41	15 %
Autre financement privé ⁵	55	19 %	40	15 %	48	15 %	43	15 %	29	11 %
Total	291	100 %	273	100 %	321	100 %	290	100 %	268	100 %

Productions de langue anglaise, bilingues et dans les langues non officielles ⁶	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	1	1 %	1	<1 %	1	<1 %	2	1 %	<1	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	2	1 %	1	1 %	3	1 %	2	1 %	<1	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	14	7 %	14	7 %	16	7 %	15	7 %	11	6 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	34	18 %	36	18 %	42	19 %	38	18 %	28	15 %
Distributeurs canadiens ²	39	21 %	31	16 %	26	12 %	18	8 %	43	23 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	13	7 %	28	14 %	39	17 %	47	22 %	48	26 %
Téléfilm Canada	47	25 %	46	23 %	47	21 %	41	19 %	23	12 %
Autre financement public ⁴	8	4 %	12	6 %	12	5 %	18	8 %	9	5 %
Autre financement privé ⁵	29	16 %	29	15 %	36	16 %	36	17 %	22	12 %
Total	187	100 %	198	100 %	223	100 %	216	100 %	184	100 %

Productions de langue française	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20		2020-21	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Droits de licence des diffuseurs privés	<1	<1 %	<1	<1 %	1	1 %	<1	<1 %	<1	<1 %
Droits de licence des diffuseurs publics	1	1 %	1	1 %	1	1 %	<1	1 %	<1	<1 %
Crédit d'impôt fédéral ¹	3	3 %	3	4 %	4	4 %	2	3 %	3	3 %
Crédits d'impôt provinciaux ¹	20	20 %	15	20 %	20	20 %	15	20 %	18	21 %
Distributeurs canadiens ²	7	7 %	5	6 %	6	6 %	6	8 %	5	6 %
Préventes et avances de distribution étrangère ³	1	1 %	1	1 %	4	4 %	1	1 %	2	2 %
Téléfilm Canada	21	20 %	21	28 %	23	23 %	27	37 %	15	18 %
Autre financement public ⁴	37	35 %	19	26 %	28	29 %	16	22 %	33	40 %
Autre financement privé ⁵	14	13 %	11	15 %	11	11 %	7	9 %	8	9 %
Total	104	100 %	75	100 %	98	100 %	74	100 %	84	100 %

Sources : Estimations fondées sur des données obtenues du BCPAC et de Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

- Données pour les œuvres tournées en français et en anglais simultanément ou dans une autre langue. En raison du faible volume de production dans cette catégorie, les données ne peuvent être divulguées pour des questions de confidentialité.
- Les producteurs canadiens touchent des crédits d'impôt fédéral et provinciaux sur certaines dépenses de main-d'œuvre admissibles et, dans la majorité des cas, ils investissent directement ces sommes dans les nouveaux projets pour en compléter le financement.
- Le financement versé par les distributeurs canadiens comprend les garanties minimales et les avances consenties aux longs métrages cinématographiques en contrepartie de droits de mise en marché, de licence et de présentation en salles au Canada, dans des territoires invendus à l'extérieur du Canada ou sur des plateformes de distribution mondiale.
- Cette catégorie comprend les droits de licence de diffusion, les garanties minimales, les avances et d'autres types de financement provenant d'entreprises de diffusion, de distribution et d'autres secteurs établies à l'étranger.
- L'« autre financement public » comprend le financement provenant d'administrations publiques provinciales et d'autres ministères et organismes publics fédéraux, à l'exclusion des crédits d'impôt fédéral et provinciaux, des droits de licence des diffuseurs publics canadiens et de l'aide financière accordée par Téléfilm Canada.
- L'« autre financement privé » comprend le financement provenant de maisons de production (à l'exclusion des crédits d'impôt obtenus), de fonds de production indépendants, de télédiffuseurs fournissant une participation au capital et d'autres bailleurs de fonds canadiens du secteur privé.

5. Coproductions audiovisuelles régies par des traités

Le Canada est actuellement signataire de traités de coproduction audiovisuelle ou de protocoles d'entente conclus avec 59 pays partenaires³¹. Ces ententes permettent à des producteurs canadiens et étrangers de mettre en commun leurs ressources créatrices, artistiques, techniques et financières dans la réalisation de coproductions reconnues comme des œuvres d'origine nationale dans leurs pays respectifs.

Pour les coproductions constituant une œuvre d'origine nationale, les producteurs canadiens peuvent se prévaloir des incitatifs offerts au Canada ainsi que des quotas de présentation. Ce statut peut également permettre aux producteurs étrangers d'avoir accès aux incitatifs de leur propre pays pour la portion étrangère du budget. Les maisons de production peuvent détenir une participation majoritaire ou minoritaire dans une coproduction audiovisuelle régie par un traité, selon la part du budget de financement qu'elles assument.

Remarque : Les statistiques de 2019-2020 concernant les coproductions audiovisuelles incluent deux projets de médias numériques : une série Web et un court métrage comprenant un élément numérique. Ces projets ont respectivement été alloués à la catégorie des coproductions télévisuelles et à celle des coproductions cinématographiques régies par des traités.

Faits saillants de 2020-2021



- Les budgets canadiens représentaient 53 % du total des budgets des coproductions régies par des traités en 2020-2021, comparativement à 41 % en 2019-2020.
- Le nombre total de coproductions télévisuelles régies par des traités est passé de 19 à 27.
- Le nombre de coproductions télévisuelles dans le genre documentaire est passé de 8 à 14.



- Le Royaume-Uni et la France ont été les principaux partenaires de coproduction du Canada entre 2011-2012 et 2020-2021. Le Royaume-Uni était le principal partenaire des coproductions télévisuelles régies par des traités. La France était le principal partenaire pour les longs métrages.
- La part canadienne des budgets de coproductions régies par des traités est demeurée presque inchangée; 124 millions de dollars en 2020-2021 contre 125 millions en 2019-2020.



- Le Canada était un partenaire majoritaire (ou égal) pour 40 % de ses projets de coproductions régies par des traités en 2020-2021, une baisse par rapport au 52 % de 2019-2020.
- Le Canada a participé à 40 coproductions régies par des traités, contre 44 en 2019-2020.
- Le nombre total de coproductions de longs métrages régies par des traités est passé de 25 à 13.
- Le budget total des coproductions régies par des traités a diminué de 23,0 % pour s'établir à 234 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions télévisuelles régies par des traités a diminué de 18,1 % pour s'établir à 122 millions de dollars.
- Le budget total des coproductions de longs métrages régies par des traités a diminué de 28,1 % pour s'établir à 112 millions de dollars.
- Le budget de projet médian pour les coproductions de longs métrages régies par des traités est passé de 3,7 millions de dollars à 1,9 million de dollars.

Même si les dépenses du Canada dans les budgets de coproductions régies par des traités sont demeurées pratiquement inchangées en 2020-2021, le volume total de ces productions – comprenant les parts canadiennes et étrangères des budgets – a poursuivi sa baisse (figure 5-1). Le volume total de coproductions régies par des traités du Canada a chuté de 23,0 % en 2020-2021 pour atteindre son plus bas niveau en dix ans, soit 234 millions de dollars.

Le volume annuel de coproductions régies par des traités peut être sujet à d'importantes fluctuations d'une année à l'autre en raison d'un petit nombre de productions à gros budget (longs métrages ou séries télévisées). Toutefois, depuis un sommet de 590 millions de dollars en 2013-2014, on constate une tendance à la baisse, qui s'est poursuivie en 2020-2021 et a probablement été exacerbée par l'interruption de la production en 2020 (figure 5-1).

Au cours de la dernière décennie, 2013-2014 a été une année marquante pour le Canada en ce qui concerne sa participation aux productions de longs métrages régies par des traités, avec un volume de 337 millions de dollars, soit près du double du volume enregistré au cours des deux années précédentes (2011-2012 et 2012-2013) et 50 % de plus que le volume enregistré au cours de toutes les années suivantes (2014-2015 à 2020-2021). En 2020-2021, les productions de longs métrages régies par des traités se sont élevées à 112 millions de dollars, le plus bas niveau en 10 ans, avec des baisses autant pour le contenu en français que pour le contenu en anglais (figure 5-9).

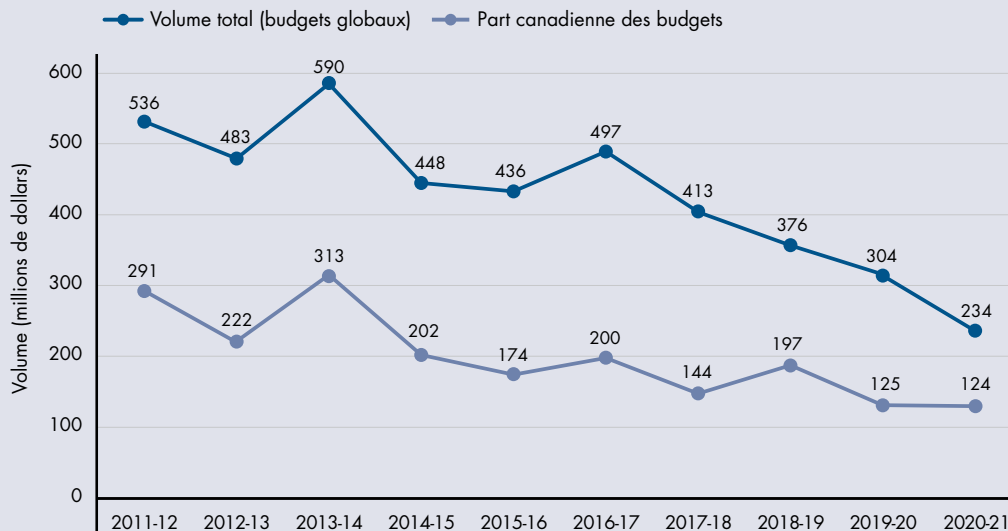
Les coproductions télévisuelles régies par des traités ont également atteint leur plus bas niveau en 10 ans en 2020-2021, passant de 149 à 122 millions de dollars. Cette baisse est probablement attribuable aux fluctuations des activités d'une année à l'autre, à la COVID-19 et à la tendance générale à la baisse que connaissait le Canada dans le volume de coproductions télévisuelles régies par des traités avant même la pandémie. Après avoir atteint en moyenne 282 millions de dollars par année entre 2011-2012 et 2017-2018, le volume des coproductions télévisuelles régies par des traités a chuté à 159 millions en 2018-2019 et à 149 millions en 2019-2020 (figure 5-6).

Cette baisse est attribuable aux œuvres dramatiques. Bien que le nombre de coproductions télévisuelles dramatiques soit passé de 6 à 7, le budget moyen plus faible des projets – qui est passé de 16,1 millions de dollars à 5 millions de dollars – a fait en sorte que le volume total est passé de 96 à 35 millions de dollars (figure 5-7).

Alors que la coproduction d'œuvres dramatiques a chuté drastiquement en 2020-2021, celle des œuvres documentaires et jeunesse a affiché des hausses de production d'année en année. Le nombre de documentaires est passé de 8 à 14, et leur volume de 17 à 32 millions de dollars (figure 5-7). Pendant ce temps, le nombre de projets de coproduction jeunesse est passé de 5 à 6, et leur volume de 35 à 55 millions de dollars.

RÉSULTATS POUR L'ENSEMBLE DES CRÉNEAUX DE DIFFUSION

Figure 5-1 Volume* de coproductions audiovisuelles canadiennes régies par des traités, tous créneaux de diffusion



Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2021.

* Le volume de coproduction désigne la valeur totale des budgets totaux des projets et comprend la participation financière des producteurs canadiens (c.-à-d. la part canadienne des budgets) et des producteurs étrangers (c.-à-d. la part étrangère des budgets).

Figure 5-2 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, volume* et nombre de projets, tous les créneaux de diffusion

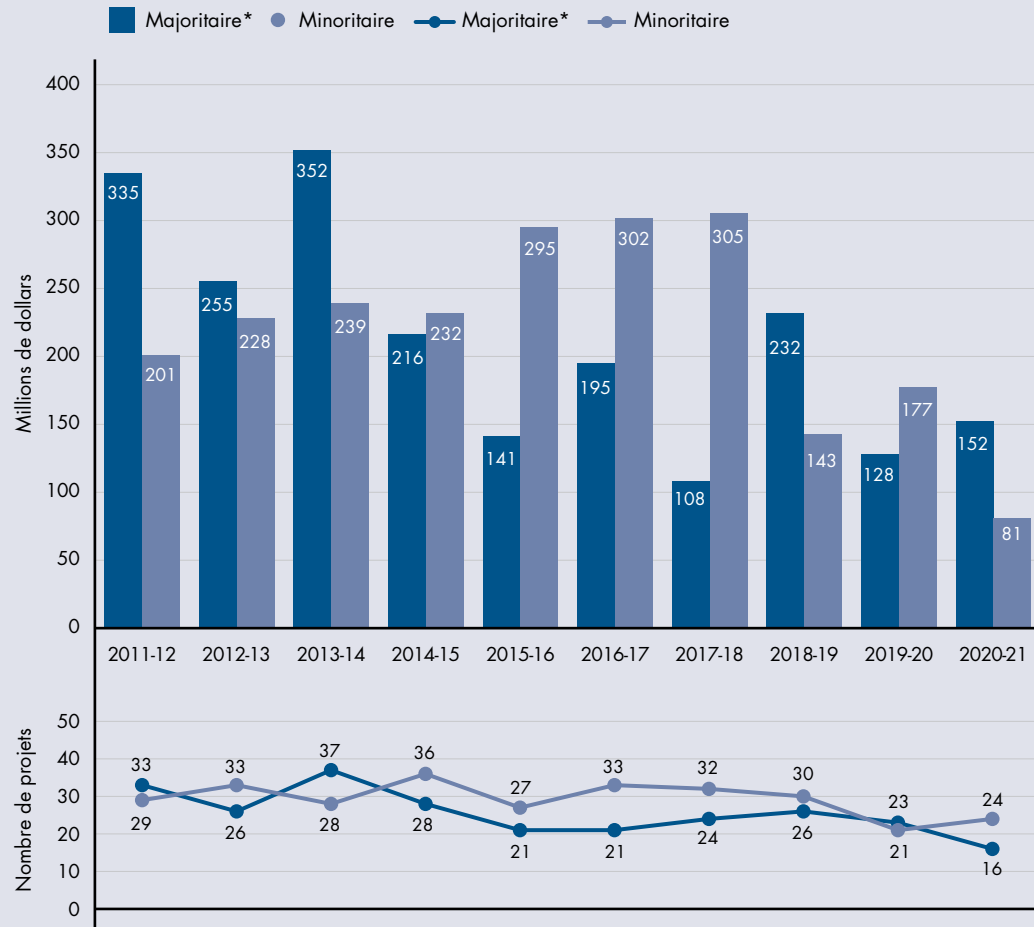
	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	265	192	304	182	141	189	132	186	114	116
Part étrangère des budgets (M\$)	215	195	260	225	214	254	226	142	140	89
Total des budgets (M\$)	480	387	564	407	355	443	358	328	254	205
Nombre de projets	46	42	58	50	31	44	35	44	35	33
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	25	31	9	21	33	11	12	11	11	8
Part étrangère des budgets (M\$)	31	65	17	20	47	43	43	36	40	20
Total des budgets (M\$)	56	96	26	41	80	54	55	47	51	28
Nombre de projets	16	17	7	14	17	10	21	12	9	7
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	291	222	313	202	174	200	144	197	125	124
Part étrangère des budgets (M\$)	246	261	278	245	262	297	269	179	179	110
Total des budgets (M\$)	536	483	590	448	436	497	413	376	304	234
Nombre de projets	62	59	65	64	48	54	56	56	44	40

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Le volume des coproductions représente la valeur globale des budgets totaux des projets de coproduction.

Figure 5-3 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, production canadienne majoritaire ou minoritaire



Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2021.

* Les statistiques relatives aux coproductions régies par des traités majoritairement canadiennes comprennent les projets dont la part canadienne des dépenses correspondait à 50 % ou plus du budget total du projet.

Figure 5-4 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, budgets médians des projets (M\$)

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Par langue										
Anglais	4,6	2,7	4,6	2,7	5,1	4,4	2,2	3,8	4,8	2,5
Français	1,6	2,5	2,4	1,7	3,5	1,7	1,1	3,0	2,0	3,2
Par créneau de diffusion										
Télévision	3,0	1,9	2,8	2,0	1,6	1,7	1,3	2,7	3,3	2,5
Longs métrages cinématographiques	4,6	4,9	10,2	5,7	5,5	6,6	4,1	3,8	3,7	1,9
Tous les projets	3,4	2,6	3,8	2,6	4,0	3,3	1,8	3,8	3,6	2,5

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2021.

Figure 5-5 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, 2011-2012 à 2020-2021

	Nombre d'œuvres	Volume (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
Royaume-Uni	145	795	435	55 %
France	136	1 076	475	44 %
Allemagne	36	558	319	57 %
Irlande	30	743	230	31 %
Australie	24	153	87	57 %
Belgique	15	106	55	52 %
Israël	15	26	16	64 %
Afrique du Sud	15	76	39	51 %
Nouvelle-Zélande	11	44	17	39 %
Brésil	9	45	24	52 %
Hongrie	7	151	70	47 %
Espagne	7	72	37	51 %
Suisse	7	16	7	41 %
Autres coproductions bipartites	62	186	101	54 %
Coproductions multipartites*	29	271	83	30 %
Total	548	4 317	1 992	46 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Les productions multipartites comprennent les projets de coproduction audiovisuelle régis par des traités pour lesquels le Canada compte au moins deux pays partenaires.

TÉLÉVISION

Figure 5-6 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, volume* et nombre de projets, segment de la télévision

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	148	99	122	104	107	97	87	78	46	63
Part étrangère des budgets (M\$)	159	123	124	170	175	174	192	64	97	54
Total (M\$)	307	222	246	274	282	271	279	142	143	117
Nombre de projets	33	31	38	35	23	26	20	17	15	23
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	3	6	2	5	2	7	7	4	3	1
Part étrangère des budgets (M\$)	4	11	5	7	3	18	10	13	2	4
Total (M\$)	7	18	7	12	5	25	17	17	5	5
Nombre de projets	8	10	3	7	4	8	16	6	4	4
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	151	105	124	109	108	104	94	82	49	64
Part étrangère des budgets (M\$)	162	134	129	177	178	193	202	78	100	58
Total (M\$)	313	240	253	286	287	297	296	159	149	122
Nombre de projets	41	41	41	42	27	34	36	23	19	27

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Le volume des coproductions représente la valeur globale des budgets totaux des projets de coproduction. Le volume total des productions comprend la participation financière des producteurs canadiens (c.-à-d. la part canadienne des budgets) et des producteurs étrangers (c.-à-d. la part étrangère des budgets).

Figure 5-7 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, volume* et nombre de projets par genre, segment de la télévision

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Total des budgets mondiaux (M\$)										
Drame	186	151	134	184	185	222	223	52	96	35
Documentaire	42	52	36	63	23	35	33	49	17	32
Jeunesse	86	37	83	39	78	39	40	58	35	55
Total	313	240	253	286	287	297	296	159	149	122
Nombre de projets										
Drame	5	6	11	8	5	7	4	2	6	7
Documentaire	22	27	19	27	16	21	27	16	8	14
Jeunesse	14	8	11	7	6	6	5	5	5	6
Total	41	41	41	42	27	34	36	23	19	27
Budgets moyens des projets (M\$)										
Drame	37,1	25,2	12,2	23,0	37,1	31,7	55,8	25,9	16,1	5,0
Documentaire	1,9	1,9	1,9	2,3	1,5	1,7	1,2	3,1	2,1	2,3
Jeunesse	6,1	4,6	7,6	5,5	13,0	6,5	8,0	11,7	7,1	9,2
Tous les genres	7,6	5,8	6,2	6,8	10,6	8,7	8,2	6,9	7,8	4,5

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Le volume des coproductions représente la valeur globale des budgets totaux des projets de coproduction. Le volume total des productions comprend la participation financière des producteurs canadiens (c.-à-d. la part canadienne des budgets) et des producteurs étrangers (c.-à-d. la part étrangère des budgets).

Figure 5-8 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment de la télévision, 2011-2012 à 2020-2021

	Nombre de projets	Volume (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
Royaume-Uni	122	637	341	54 %
France	84	460	207	45 %
Australie	20	136	81	59 %
Allemagne	16	83	22	27 %
Irlande	14	620	152	24 %
Israël	9	20	13	68 %
Nouvelle-Zélande	9	34	9	26 %
Brésil	7	40	21	52 %
Afrique du Sud	6	44	20	44 %
Hongrie	5	124	57	46 %
Singapour	5	29	18	64 %
Autres coproductions bipartites	20	30	13	42 %
Coproductions multipartites*	14	146	37	25 %
Total	331	2 402	990	41 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Les productions multipartites comprennent les projets de coproduction audiovisuelle régis par des traités pour lesquels le Canada compte au moins deux pays partenaires.

LONGS MÉTRAGES

Figure 5-9 Coproductions audiovisuelles régies par des traités, volume* et nombre de projets, segment du long métrage

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Anglais										
Part canadienne des budgets (M\$)	117	93	182	77	35	92	45	109	68	53
Part étrangère des budgets (M\$)	56	72	136	55	39	80	35	78	42	36
Total (M\$)	173	165	318	133	73	172	79	186	110	89
Nombre de projets	13	11	20	15	8	18	15	27	20	10
Français										
Part canadienne des budgets (M\$)	22	24	6	16	31	4	6	7	8	7
Part étrangère des budgets (M\$)	28	54	12	13	45	24	32	23	37	16
Total (M\$)	50	78	19	29	76	29	37	30	45	23
Nombre de projets	8	7	4	7	13	2	5	6	5	3
Toutes les langues										
Part canadienne des budgets (M\$)	140	117	189	93	66	97	51	115	76	60
Part étrangère des budgets (M\$)	84	127	148	69	83	104	66	101	79	52
Total (M\$)	223	244	337	161	149	201	117	216	155	112
Nombre de projets	21	18	24	22	21	20	20	33	25	13

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Statistiques en date de septembre 2021.

* Le volume des coproductions représente la valeur globale des budgets totaux des projets de coproduction. Le volume total des productions comprend la participation financière des producteurs canadiens (c.-à-d. la part canadienne des budgets) et des producteurs étrangers (c.-à-d. la part étrangère des budgets).

Etableau 5-10 Pays partenaires des coproductions audiovisuelles régies par des traités, segment du long métrage cinématographique, 2011-2012 à 2020-2021

	Nombre de projets	Volume (M\$)	Part du Canada	
			M\$	%
France	52	615	268	44 %
Royaume-Uni	23	158	93	59 %
Allemagne	20	475	297	62 %
Irlande	16	123	78	63 %
Belgique	14	94	51	55 %
Afrique du Sud	9	32	19	60 %
Espagne	7	72	37	51 %
Israël	6	6	3	48 %
Suisse	6	16	6	40 %
Australie	4	17	6	35 %
Cuba	4	13	9	72 %
Danemark	4	33	16	48 %
Italie	4	21	16	73 %
Autres coproductions bipartites	33	116	58	50 %
Coproductions multipartites*	15	124	46	37 %
Total	217	1 916	1 002	52 %

Source : Téléfilm Canada.

Remarque : Statistiques en date de septembre 2021. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Les productions multipartites comprennent les projets de coproduction audiovisuelle régis par des traités pour lesquels le Canada compte au moins deux pays partenaires.

6. Production étrangère et les services de production

Le secteur de la production étrangère et des services de production est principalement composé de films et d'émissions de télévision tournés au Canada par des producteurs généralement étrangers avec la participation de services de production canadiens. Cela comprend le travail sur des effets visuels effectué par des studios canadiens pour des émissions de télévision et des films étrangers. Pour la majorité des projets de ce secteur, le droit d'auteur est détenu par des producteurs non canadiens; toutefois, pour environ 5 % à 10 % d'entre eux, il appartient à des Canadiens.

Au cours des dernières années, ce secteur a contribué à la production de nombreux films qui ont connu un succès commercial. Parmi les films hollywoodiens récents qui ont été tournés au Canada ou qui ont fait réaliser des effets visuels au Canada, mentionnons *Impardonnable*, *Monde jurassique 3* et *SOS Fantômes : L'au-delà*.

Le Canada est aussi devenu une destination pour le tournage de nombreuses séries télévisées commandées par des réseaux américains ou des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA). On peut penser aux séries récentes *Nancy Drew*, *Fargo*, *Batwoman* et *DC : Les légendes de demain*.

Faits saillants de 2020-2021



- Le volume total de la production étrangère et des services de production au Canada a légèrement augmenté de 0,4 % pour atteindre un sommet historique de 5,27 milliards de dollars.
- Le volume total de production étrangère et services de production dans le domaine de la télévision a augmenté de 12,6 % pour atteindre un sommet historique de 3,45 milliards de dollars.
- Le nombre de séries télévisées étrangères tournées au Canada est passé de 224 à 277.



- Le nombre total de productions étrangères et services de production a légèrement diminué, passant d'un sommet historique de 521 à 511.
- Le volume total des productions étrangères et services de production pour des longs métrages a diminué de 17,4 % pour atteindre 1,39 milliard de dollars.
- Le nombre de longs métrages étrangers tournés au Canada est passé de 166 à 141.

Le secteur de la production étrangère et des services de production au Canada a fait preuve d'une résilience remarquable pendant la pandémie de COVID-19. Cette résilience peut être attribuée en partie à la capacité des studios mondiaux d'autoassurer leurs projets et ainsi de reprendre rapidement la production – ce que les producteurs de contenu canadien ne pouvaient faire sans le soutien du gouvernement fédéral.

En particulier, la production de contenu par des services internationaux de VSDA comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, AppleTV+, HBO Max et Peacock a aidé ce secteur au Canada à terminer l'exercice financier avec des résultats 0,4 % plus élevés qu'en 2019-2020, atteignant un nouveau sommet historique de 5,27 milliards de dollars (figure 6-1). La croissance du volume en 2020-2021 était entièrement attribuable à une production plus élevée de séries télévisées, puisqu'il a connu une baisse pour les longs métrages³² et les autres formats télévisuels.

Au total, 277 séries télévisées étrangères ont été tournées au Canada en 2020-2021, un nouveau record (figure 6-2). Ces 277 séries télévisées ont généré 3,45 milliards de dollars en production, par rapport à un volume de 3,06 milliards de dollars en 2019-2020 (figure 6-1).

Cette croissance n'est pas surprenante, compte tenu du rôle important que joue ce format dans l'offre de contenu des services de VSDA. La suspension de la production cinématographique et télévisuelle au Canada en 2020 et les restrictions aux déplacements transfrontaliers et même interprovinciaux semblent avoir contribué à des niveaux plus faibles de production de longs métrages. Le nombre de longs métrages étrangers produits au Canada est passé de 166 en 2019-2020 à 141 en 2020-2021 (figure 6-2); le volume associé à ces films a chuté de 17,4 % pour atteindre 1,39 milliard de dollars (figure 6-1).

Pendant ce temps, la production d'émissions pilotes et d'autres types d'émissions télévisées d'un seul épisode a chuté de 14,4 % pour atteindre 435 millions de dollars (figure 6-1).

La pandémie n'a pas affecté la production étrangère et les services de production de la même manière dans toutes les provinces et les territoires (figure 6-4).

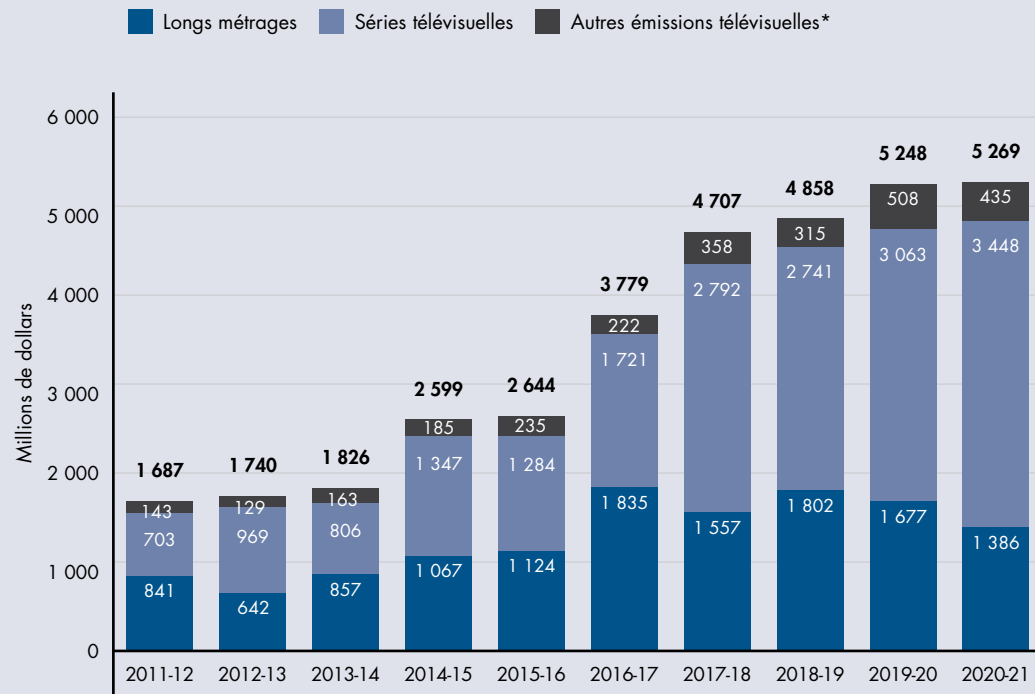
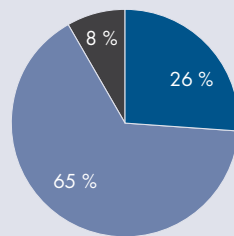
- Les statistiques suggèrent que la **Colombie-Britannique** était la province canadienne ayant le plus haut niveau dans ce secteur en 2020-2021. Le volume a en fait augmenté de 15,9 %, ou 372 millions de dollars, dans cette province en 2020-2021³³. Selon Creative BC, la croissance était pratiquement toute concentrée dans la production de séries télévisées.
- L'**Alberta** est l'une des deux autres provinces qui ont connu une augmentation de la production étrangère et des services de production en 2020-2021. Le volume est passé de zéro en 2019-2020 à 67 millions de dollars en 2020-2021. Selon le gouvernement de l'Alberta, l'instauration d'un crédit d'impôt pour le cinéma et la télévision en janvier 2020 ainsi que la suppression du plafond par projet ont contribué à attirer au moins deux séries télévisées étrangères à gros budget en Alberta en 2020-2021.
- La **Nouvelle-Écosse** est la troisième province à avoir vu son volume de production étrangère et de services de production augmenter en 2020-2021, passant de 40 à 46 millions de dollars. Les données de Nova Scotia Business Inc. indiquent que même si le nombre de projets étrangers accueillis par la province a diminué en 2020-2021, le volume généré par les projets réalisés a été plus important, particulièrement pour les séries télévisées étrangères tournées dans la province en 2020-2021.
- En **Ontario**, la production étrangère et les services de production ont diminué de 7,5 % en 2020-2021, sur fond de pandémie. Selon Ontario Créatif, le volume n'a pas diminué aussi fortement que le nombre de projets en raison des coûts de production plus élevés engendrés par les nouvelles mesures de sécurité liées à la COVID-19 sur les plateaux.
- La suspension de la production en prise de vue réelle au **Québec**, dans d'autres régions du Canada et dans le monde a fait en sorte que le Québec a subi une baisse dans ce domaine en plus de se retrouver avec un plus petit bassin de projets pour sa communauté dynamique d'effets visuels. Ainsi, la production étrangère et les services de production au Québec ont chuté de 220 millions de dollars, ou 19,3 %, en 2020-2021.
- Les activités de production étrangère et de services de production du **Manitoba** ont été très durement touchées par les confinements et les restrictions de voyage causés par la COVID-19. Le nombre de projets étrangers accueillis par la province était en baisse de plus de 40 % en 2020-2021, tandis que le volume a diminué de plus de la moitié, selon Musique et Film Manitoba.
- La production étrangère et les services de production dans les **territoires** ont également été affectés négativement par les restrictions de voyage liées à la COVID-19, le volume ayant chuté de 50 %.

³² Cela inclut aussi les longs métrages pour lesquels des effets visuels ou de l'animation visuelle ont été faits au Canada.

³³ À noter que les statistiques fournies par Creative BC tiennent compte des activités et dépenses en production durant l'exercice financier où la demande de crédit d'impôt d'un projet est acceptée. Selon Creative BC, une partie de l'augmentation du volume de production étrangère et de services de production en 2020-2021 pourrait s'expliquer par le rattrapage des demandes de crédit d'impôt laissées en suspens lors de l'arrêt des activités au printemps 2020. Pour en savoir davantage sur la méthodologie de déclaration employée par Creative BC et la façon d'interpréter les statistiques de production cinématographique et télévisuelle de la province, consultez la page « [Film and Television Tax Credit Certification/ Explanation of Reporting Methodology](#) » (en anglais seulement).

TOTAL DES PRODUCTIONS ET TYPES

Figure 6-1 Volume de productions étrangères et services de production par type

Part
2020-21

Taux de croissance annuel moyen

Types	2020-2021	2011-12 à 2020-21
Longs métrages	(17,4 %)	5,7 %
Séries télévisées	12,6 %	19,3 %
Autres émissions télévisuelles*	(14,4 %)	13,2 %
Moyenne : tous types confondus	(0,4 %)	(13,5 %)

Source : Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Avant 2017-2018, les miniséries faisaient partie de la catégorie « Autres émissions télévisuelles ». En 2017-2018, les statistiques des miniséries ont été considérées dans la catégorie des séries télévisées. C'est pourquoi la croissance de la production des séries télévisées par rapport à l'année précédente est légèrement surestimée en 2017-2018. Toutefois, la grande majorité de la production dans la catégorie des séries télévisées est encore probablement composée de séries plutôt que de miniséries.

Figure 6-2 Nombre de productions et services annuels destinés à l'étranger par type

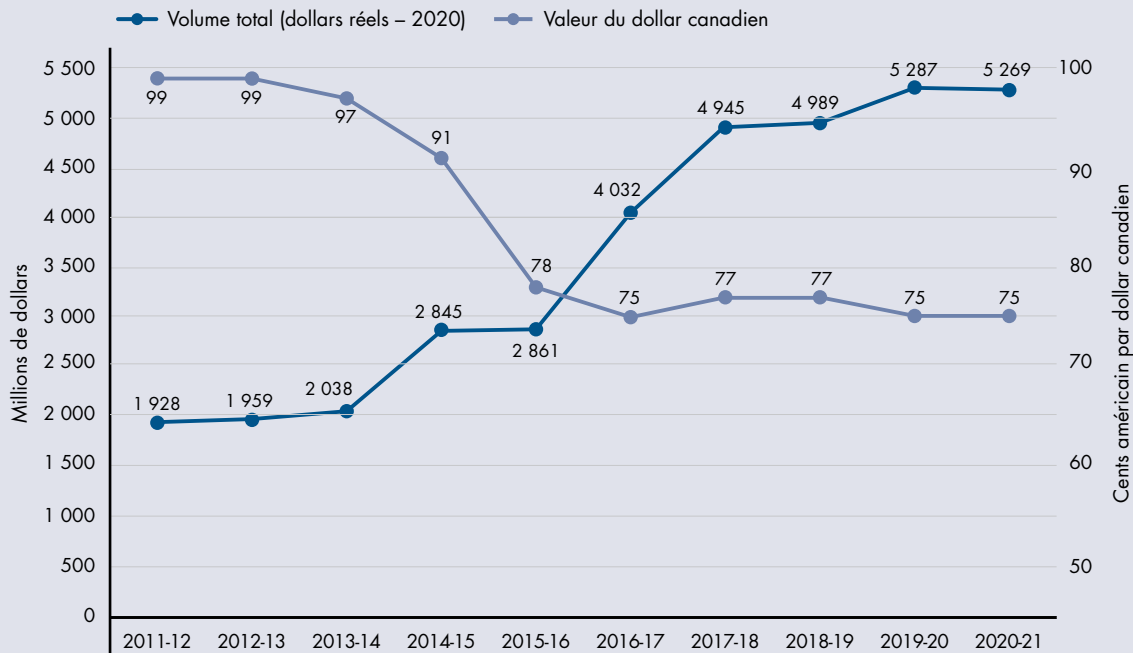
	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Longs métrages	99	93	91	111	128	186	167	164	166	141
Séries télévisuelles	78	85	92	115	156	137	209	208	224	277
Autres émissions télévisuelles*	58	42	51	53	71	77	104	93	131	93
Total	235	220	234	279	355	400	480	465	521	511

Source : Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Les totaux sont fondés sur les données disponibles et ne tiennent pas compte des données non disponibles.

* Avant 2017-2018, les miniséries faisaient partie de la catégorie « Autres émissions télévisuelles ». En 2017-2018, les statistiques des miniséries ont été considérées dans la catégorie des séries télévisées. C'est pourquoi la croissance de la production des séries télévisées par rapport à l'année précédente est légèrement surestimée en 2017-2018. Toutefois, la grande majorité de la production dans la catégorie des séries télévisées est encore probablement composée de séries plutôt que de miniséries.

Figure 6-3 Volume de production étrangère et de services de production en fonction du dollar canadien (en dollar indexé et selon la valeur du dollar canadien)



Source : Banque du Canada, Statistique Canada et l'Association des agences de financement provinciales et territoriales.

RÉGION

Figure 6-4 Volume de production étrangère et de services de production par province ou territoire

(Millions de dollars)	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	Part 2020-2021
Colombie-Britannique*	1 102	1 076	1 080	1 672	1 574	2 311	3 040	2 816	2 347	2 719	52 %
Ontario	382	399	446	545	698	882	869	985	1 541	1 426	27 %
Québec	157	212	147	275	282	404	666	771	1 142	922	18 %
Manitoba	8	23	47	11	42	70	89	167	171	84	2 %
Alberta	13	4	88	92	34	54	31	86	0	68	1 %
Nouvelle-Écosse	22	25	17	s.o.	12	39	12	26	40	46	<1 %
Territoires**	3	2	2	3	3	18	1	7	8	4	<1 %
Saskatchewan	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Nouveau-Brunswick	s.o.	0	0	1	0	0	0	0	0	s.o.	s.o.
Île-du-Prince-Édouard	s.o.	0	0	<1	0	0	0	0	0	s.o.	s.o.
Total	1 687	1 740	1 826	2 600	2 644	3 779	4 707	4 858	5 248	5 269	100,0 %

Source : Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2020*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails.

S.O. : Données non disponibles ou supprimées à des fins de confidentialité.

* Les statistiques publiées par Creative BC sont fondées sur l'exercice au cours duquel un projet reçoit sa certification de crédit d'impôt, qui peut être différent de celui où le tournage du projet a lieu. L'adoption d'un nouveau système de traitement des crédits d'impôt en Colombie-Britannique en 2019 a créé un arriéré de demandes plus élevé que la normale, ce qui a peut-être aussi contribué à une sous-estimation des niveaux de production réels en 2019-2020. Le volume de production en 2020-2021 pourrait être surestimé en raison du rattrapage des demandes de crédit d'impôt laissées en suspens lors de l'arrêt des activités au printemps 2020.

** Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

PAYS

Figure 6-5 Productions étrangères et œuvres faisant appel à des services de production, selon le pays titulaire des droits d'auteur

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Nombre de projets										
États-Unis	185	171	177	197	261	304	364,5	365	409	404
Autres pays étrangers	23	22	31	57	67	72,5	77,5	69	72	72,5
Canada*	27	27	26	25	27	23,5	38	31	40	34,5
Total	235	220	234	279	355	400	480	465	521	511
Pourcentage du total										
États-Unis	79 %	78 %	76 %	71 %	74 %	76 %	76 %	78 %	79 %	79 %
Autres pays étrangers	10 %	10 %	13 %	20 %	19 %	18 %	16 %	15 %	14 %	14 %
Canada*	11 %	12 %	11 %	9 %	8 %	6 %	8 %	7 %	8 %	7 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : Association des agences de financement provinciales et territoriales.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Les projets canadiens dans le secteur de la production étrangère et des services de production comprennent les projets réalisés par des producteurs canadiens principalement pour des publics étrangers ou dans le cadre de coentreprises internationales. Les coentreprises internationales comprennent les films et les émissions de télévision réalisés sous forme de coproductions internationales, mais hors des limites d'un traité de coproduction audiovisuelle.

7. Production interne des télédiffuseurs

La production interne des télédiffuseurs (« production interne ») est composée des émissions de télévision produites à l'interne par des diffuseurs privés de télévision conventionnelle, des diffuseurs publics et des services facultatifs et sur demande. Elle consiste principalement en des émissions de nouvelles et de sports, mais peut aussi inclure d'autres genres.

Les statistiques de la présente section portent sur l'année de diffusion 2020, du 1^{er} septembre 2019 au 31 août 2020. Il est à noter que la deuxième moitié de cette période de 12 mois a chevauché le début de la pandémie de COVID-19 et des confinements partout au Canada.

Faits saillants de 2020



- Le volume total de production interne a diminué de 7,6 % pour atteindre 1,07 milliard de dollars.
- Les dépenses des diffuseurs traditionnels pour la production interne ont diminué de 4,2 % pour atteindre 570 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne par des services facultatifs et sur demande ont diminué de 11,3 % pour atteindre 496 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de nouvelles ont diminué de 2,1 % pour atteindre 691 millions de dollars.
- Les dépenses consacrées à la production interne d'émissions de sports ont diminué de 23,3 % pour atteindre 204 millions de dollars.

Bien que le secteur des nouvelles – qui représente la plus grande part des dépenses de production interne des diffuseurs – ait gagné en importance pour les ménages aux premiers stades de la pandémie de COVID-19, les dépenses globales de production interne ont diminué de 7,6 % (figure 7-1) en raison de la baisse associée aux émissions de sports (figure 7-2).

La production interne d'émissions de nouvelles a diminué de 2,1 % pour s'établir à 691 millions de dollars en 2019 (figure 7-2), les diffuseurs conventionnels privés, les services de nouvelles facultatifs et CBC/Radio-Canada (services traditionnels et facultatifs) ayant tous des niveaux de production inférieurs.

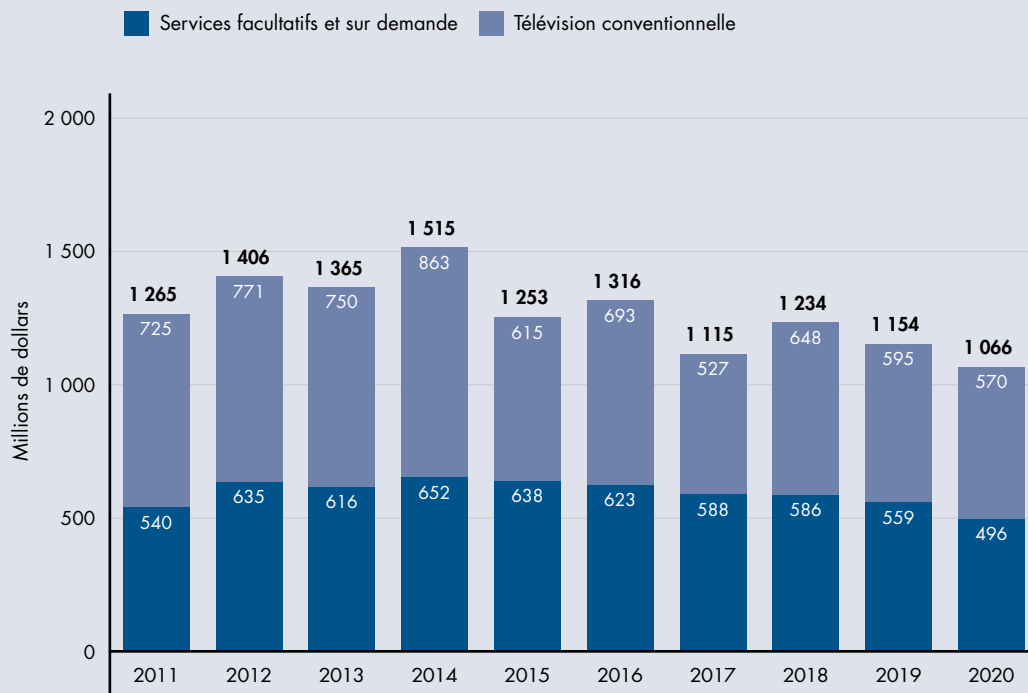
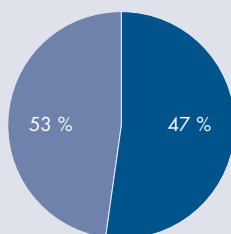
Pendant ce temps, la pause des activités dans les sports professionnels a directement entraîné une baisse de 23,3 % de la production interne associée aux émissions de sports (figure 7-2). La production interne dans le genre sportif est tombée à 204 millions de dollars en 10 ans – une baisse de 62 millions de dollars. En raison du report des Jeux olympiques de Tokyo, la production interne d'émissions de sports de CBC/Radio-Canada a diminué de 24 millions de dollars en 2019³⁴, représentant 39 % de la baisse globale pour ce type d'émissions. L'autre 41 % de la baisse a été causé par une production interne moins importante pour les services facultatifs de sports comme Rogers Sportsnet, TSN et RDS en raison de l'arrêt des ligues sportives professionnelles et amateurs partout dans le monde³⁵.

³⁴ Calculs fondés sur les données du CRTC (2021b), *Télévision traditionnelle : Relevés statistiques et financiers, 2016-2020*; et CRTC (2020a), *Télévision traditionnelle : Relevés statistiques et financiers, 2015-2019*.

³⁵ Calculs fondés sur les données du CRTC (2021c), *Services facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2016-2020*; et CRTC (2020b), *Services facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2015-2019*.

VOLUME DE PRODUCTION

Figure 7-1 Volume de productions internes du diffuseur, par sous-segment

Part
2020

Taux de croissance annuel moyen

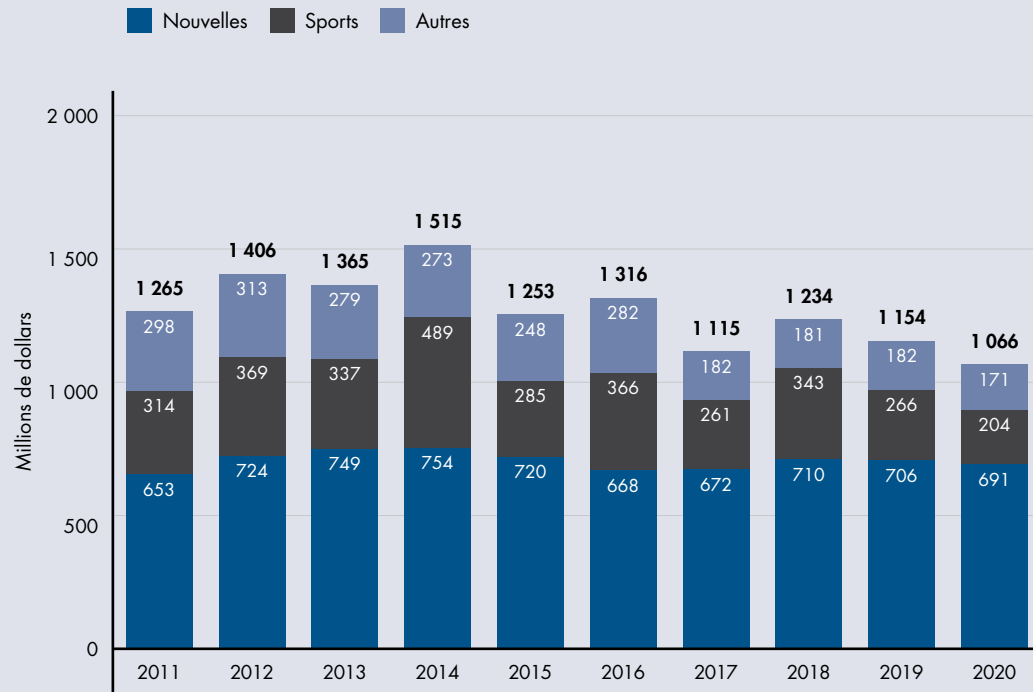
Sous-segment	2020	2011 à 2020
Services facultatifs et sur demande	(11,3 %)	(0,9 %)
Télévision conventionnelle	(4,2 %)	(2,6 %)
Moyenne : tous sous-segments	(7,6 %)	(1,9 %)

Sources : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du CRTC.

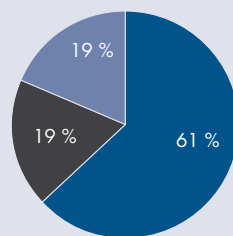
Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

GENRES

Figure 7-2 Volume de productions internes du diffuseur par genre



Part
2020



Taux de croissance annuel moyen

Genre	2020	2011 à 2020
Nouvelles	(2,1 %)	0,6 %
Sports	(23,3 %)	(4,7 %)
Autres	(6,0 %)	(6,0 %)
Moyenne : tous les genres	(7,6 %)	(1,9 %)

Sources : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du CRTC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

RÉGION

Figure 7-3 Volume de productions internes du diffuseur par province et territoire

(Millions de dollars)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Part de 2020
Ontario	729	811	767	885	677	729	612	686	622	570	53 %
Québec	252	293	291	331	279	307	258	296	272	247	23 %
Colombie-Britannique	100	104	103	101	97	96	87	87	89	80	8 %
Alberta	86	92	92	91	94	88	80	83	87	85	8 %
Manitoba	21	23	24	29	30	28	25	26	27	26	2 %
Saskatchewan	24	26	28	27	27	24	20	20	21	21	2 %
Nouvelle-Écosse	28	31	32	27	26	23	16	17	18	17	2 %
Nouveau-Brunswick	11	12	13	11	11	10	8	9	9	9	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	9	10	11	10	9	8	7	7	7	7	1 %
Île-du-Prince-Édouard	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	<1 %
Territoires*	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	<1 %
Total	1 265	1 406	1 365	1 515	1 253	1 316	1 115	1 234	1 245	1 066	100 %

Sources : Estimations fondées sur les données recueillies auprès du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de Statistique Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis. Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles qui figurent dans *Profil 2021*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails.

* Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

8. Distribution

L'industrie canadienne de la distribution comprend des entreprises sous contrôle canadien et étranger qui distribuent du contenu cinématographique et télévisuel par l'entremise de cinémas, de télédiffuseurs, de grossistes de Blu-ray/DVD et d'autres plateformes vidéo. Parmi les principales sociétés de distribution sous contrôle canadien, mentionnons eOne Distribution (aujourd'hui détenue en propriété exclusive par Hasbro Inc.), Mongrel Media et Métropole Films Distribution, ainsi que les maisons de distribution de sociétés de production indépendantes canadiennes comme WildBrain Ltd., Cineflix Media et Thunderbird Entertainment. Les sociétés de distribution sous contrôle étranger qui exercent leurs activités au Canada comprennent des maisons de distribution des grands studios hollywoodiens.

Remarque : Depuis 2011, Statistique Canada ne publie les données sur l'industrie de la distribution audiovisuelle que sur une base bisannuelle. Ces données ne sont donc pas disponibles pour 2012, 2014, 2016 et 2018. L'année la plus récente de données publiées est 2019. Les données sur les investissements des distributeurs dans les émissions de télévision et les films canadiens proviennent du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et sont disponibles, elles, sur une base annuelle.

Faits saillants de 2019 et 2020-21



- L'investissement des distributeurs canadiens dans les émissions de télévision et les films canadiens en 2020-2021 a augmenté de 3,1 % (par rapport à 2019-2020) et totalisé 364 millions de dollars.



- Les revenus tirés de la distribution d'émissions de télévision de films canadiens représentaient 12,9 % des revenus totaux de l'industrie en 2019, soit pratiquement le même chiffre qu'en 2017.



- Les revenus ont diminué de 15,7 % entre 2017 et 2019 pour atteindre un total de 1,81 milliard de dollars.
- Les revenus tirés de la distribution d'émissions de télévision et de films canadiens ont diminué de 14,1 % (par rapport à 2017) pour atteindre un total de 232 millions de dollars.
- Les ventes d'émissions de télévision et de films canadiens aux marchés étrangers en 2019 ont diminué de 1,5 % (par rapport à 2017) pour atteindre un total de 128 millions de dollars.

Bien que l'industrie de distribution d'émissions de télévision et de films ait atteint un sommet de revenus de 2 milliards de dollars en 2015 et 2017, ses revenus ont diminué de 15,7 % pour s'établir à 1,81 milliard en 2019 (figure 8-1). Selon Statistique Canada, cette baisse de revenus peut être associée à l'évolution constante de la distribution et de la consommation de films et d'émissions de télévision³⁶, en particulier de la baisse des achats de DVD et de l'augmentation de l'utilisation des services vidéo diffusés par Internet au Canada. Non seulement les revenus de la distribution de contenu cinématographique et télévisuel ont chuté de 14,8 % en 2019, mais les revenus d'autres sources (soit le commerce de gros de vidéos préenregistrées) ont également chuté de 20 % durant la période de deux ans.

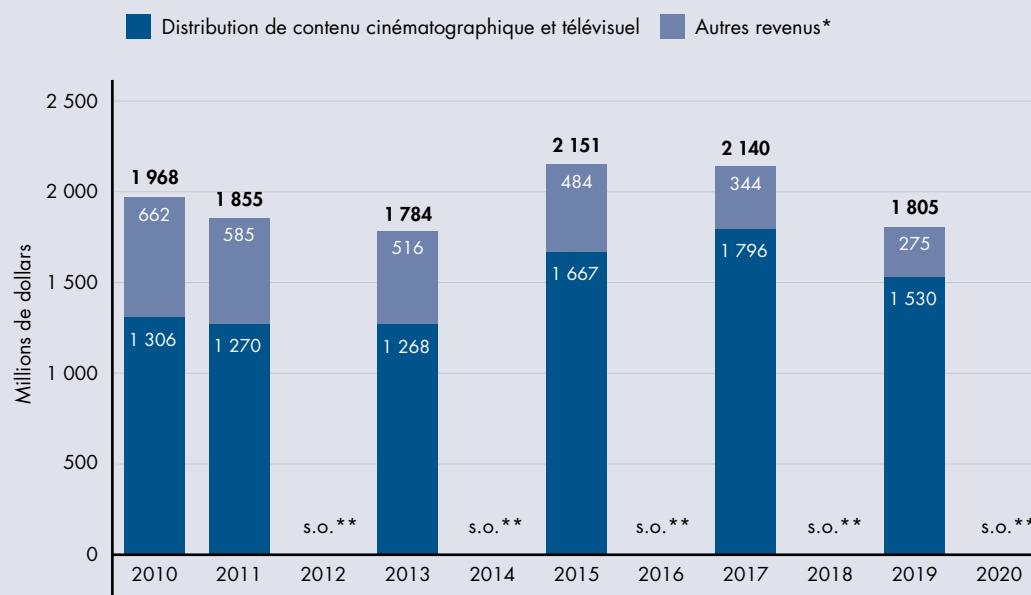
Les revenus gagnés par les distributeurs canadiens grâce au contenu canadien ont également diminué en 2019, au même rythme que l'ensemble de l'industrie. En 2019, les revenus de la distribution d'émissions de télévision et de films canadiens ont diminué de 14,1 %, pour s'établir à 232 millions de dollars (figure 8-2). Le contenu canadien représentait 12,9 % des revenus totaux de l'industrie, qui s'élevaient à 1,81 milliard de dollars en 2019, soit une légère hausse par rapport à 2017 (figures 8-1 et 8-2).

Un examen plus approfondi des revenus de distribution du contenu canadien montre que malgré la baisse globale, la demande étrangère est demeurée forte. Les revenus des marchés étrangers sont restés stables, à 128 millions de dollars en 2019, et leur part des revenus totaux est passée de 48,1 % en 2017 à 55,2 % en 2019 (figure 8-2).

Les distributeurs canadiens investissent dans les émissions de télévision et les films canadiens par l'intermédiaire de garanties minimales et d'avances sur les revenus de distribution prévus. En 2020-2021, les distributeurs canadiens ont investi 364 millions de dollars dans des émissions de télévision et des films canadiens, une baisse de 26,3 % par rapport au sommet atteint en 2016-2017, mais légèrement au-dessus de la moyenne sur 10 ans de 358 millions de dollars (figure 8-3).

REVENUS

Figure 8-1 Revenus totaux de l'industrie canadienne de distribution



Source : Statistique Canada, tableau 21-10-0075-01.

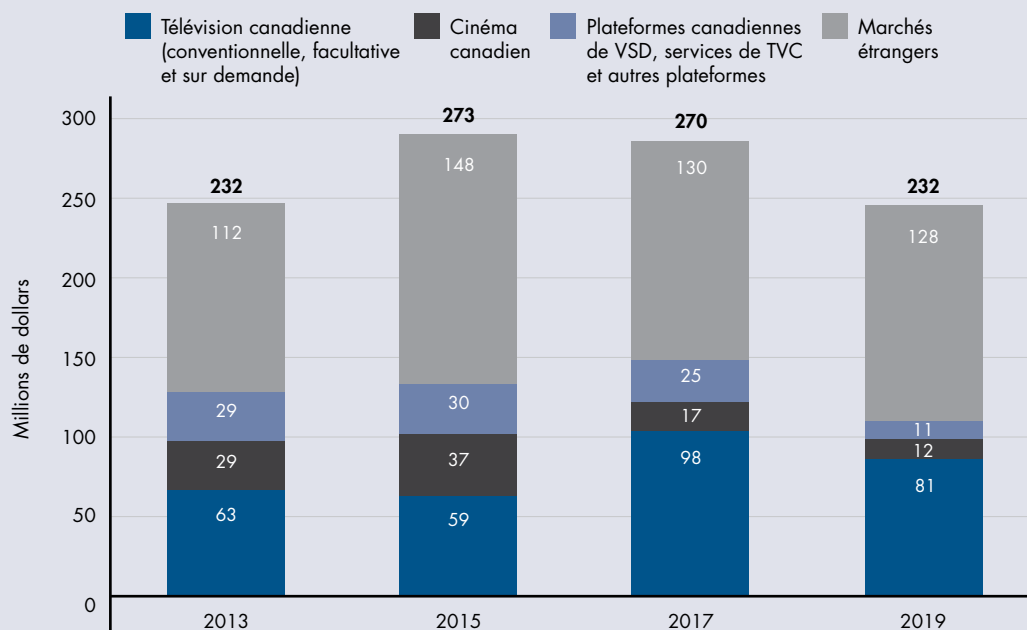
Remarque : Depuis 2013, Statistique Canada a adopté une nouvelle méthodologie pour mesurer les revenus totaux de l'industrie de la distribution de films et de vidéos. Pour cette raison, les chiffres déclarés avant et après 2012 pourraient ne pas être directement comparables aux fins de l'analyse des séries chronologiques. S.O. : Aucune donnée disponible.

* Depuis 2011, Statistique Canada ne publie les données que sur une base biennale. Par conséquent, aucune donnée n'est disponible pour 2012, 2014, 2016 et 2018.

** Comprend les revenus provenant de la vente en gros de vidéos préenregistrées, de la production d'œuvres audiovisuelles destinées à la vente directe, de la production à contrat d'œuvres audiovisuelles et d'autres sources.

³⁶ Statistique Canada (2021), « Diminution des recettes et des dépenses de l'industrie de la distribution de productions cinématographiques, télévisuelles et de vidéos du Canada en 2019 », *Le Quotidien*, 18 février 2021.

Figure 8-2 Revenus de la distribution d'œuvres cinématographiques et télévisuelles canadiennes par marché

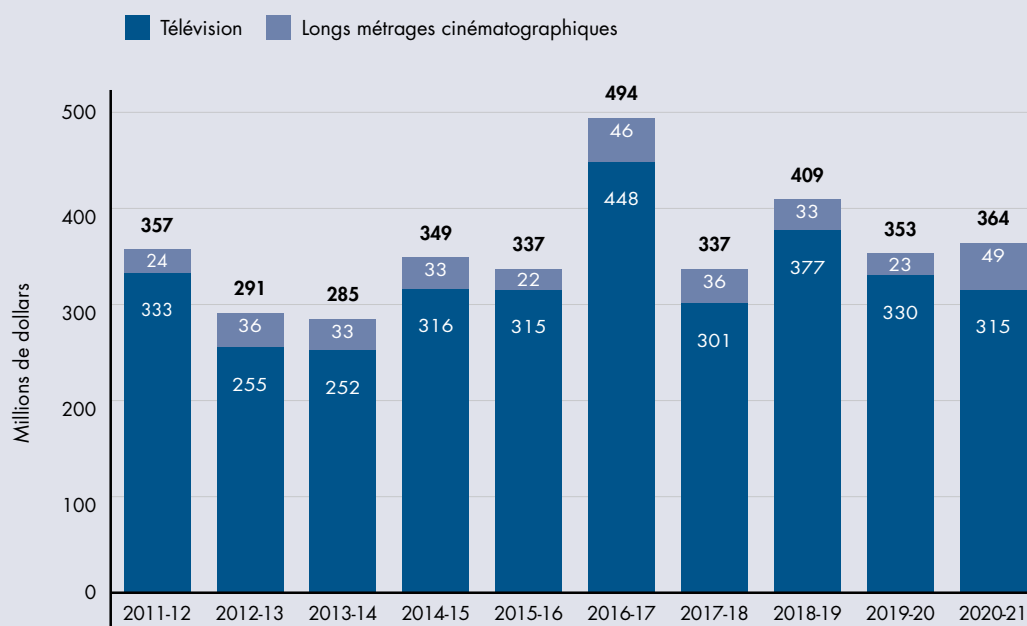


Source : Statistique Canada, tableau 21-10-0074-01.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

INVESTISSEMENTS DANS DES PRODUCTIONS CANADIENNES

Figure 8-3 Investissement des distributeurs canadiens dans la production cinématographique et télévisuelle



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

9. Télédiffusion et auditoire

L'industrie canadienne de la télédiffusion comprend quatre principaux sous-segments :

- Le sous-segment de la **télévision conventionnelle privée** comprend les diffuseurs privés qui exploitent des réseaux hertziens pour diffuser dans les foyers³⁷.
- Les services traditionnels de **CBC/Radio-Canada**, qui exploitent aussi un réseau hertzien pour la diffusion d'émissions en anglais et en français partout au Canada.
- Les **diffuseurs éducatifs provinciaux** en activité au Québec, en Ontario et en Colombie-Britannique.
- Les services **facultatifs et sur demande** ne sont offerts que par les fournisseurs de télévision par câble, par satellite ou par IP. Les services facultatifs offrent habituellement des émissions de sports, des nouvelles 24 heures sur 24, des films, des arts et d'autres émissions thématiques et tirent des revenus d'une combinaison de frais d'abonnement et de publicité. Les services sur demande comprennent les services vidéo sur demande (VSD) qui tirent des revenus de l'abonnement ou des paiements transactionnels plutôt que de la publicité.

Faits saillants de 2020



- Sur le marché anglophone, la part d'auditoire des émissions canadiennes est passée à 21 % durant la saison 2019-2020³⁸, une augmentation de 19 % par rapport à 2018-2019.
- Les revenus des diffuseurs éducatifs provinciaux ont augmenté de 1,6 %.



- Les 10 émissions produites au Canada les plus populaires pendant la saison de diffusion 2020-2021 se trouvaient sur le marché francophone.
- Sur le marché francophone, la part de l'auditoire des émissions canadiennes est demeurée presque la même à 70 % pendant la saison 2019-2020, par rapport à 71 % en 2018-2019.



- Les revenus de l'industrie de la télédiffusion ont diminué de 7,9 % pour s'établir à 6,4 milliards de dollars.
- Les revenus des services facultatifs et sur demande ont diminué de 7,2 %.
- Les revenus des diffuseurs traditionnels privés ont diminué de 14,3 %.
- Les revenus des services traditionnels de CBC/Radio-Canada ont diminué de 2,2 %.
- Les émissions canadiennes ont compté pour deux des dix émissions les plus populaires de la télévision canadienne pendant la saison 2020-2021 (en baisse par rapport à trois émissions en 2019-2020).

³⁷ La vaste majorité des foyers canadiens reçoivent maintenant les signaux de télévision conventionnelle de fournisseurs par câble, satellite ou IP.

³⁸ La saison 2019-2020 s'étend du 1^{er} septembre 2019 au 31 août 2020. Les statistiques d'auditoire agrégées par pays d'origine (et genre) sont disponibles avec un an de décalage en raison du temps requis pour le codage.

Tous les sous-segments de l'industrie canadienne de la télédiffusion, à l'exception du sous-segment de la télévision éducative, ont enregistré des revenus moins élevés en 2020. Collectivement, ces baisses ont tiré les revenus totaux de l'industrie canadienne de la télédiffusion vers le bas par 7,9 % dans les 12 mois précédant le 31 août 2020, s'établissant à 6,4 milliards de dollars (figure 9-1).

En ce qui concerne spécifiquement le sous-segment des services facultatifs et sur demande – le plus important dans l'industrie de télédiffusion du Canada –, les revenus ont diminué de 305 millions de dollars ou 7,2 %, pour un total de 3,93 milliards de dollars (figure 9-1). Cette baisse des revenus est attribuable en grande partie à une chute de 217 millions de dollars des revenus publicitaires en 2020, une baisse de 16,7 %³⁹. Les services de sports ont été particulièrement touchés par les pertes de publicités, puisque plusieurs ligues professionnelles ont repoussé leur début de saison. Les chaînes Rogers Sportsnet (baisse de 35 %), TSN (baisse de 14,7 %) et RDS (baisse de 13,8 %) ont enregistré des pertes combinées de 128,7 millions de dollars en revenus publicitaires en 2020⁴⁰. Les revenus d'abonnement dans le sous-segment des services facultatifs et sur demande ont aussi baissé en 2020, mais seulement de 3 %, atteignant 86 millions de dollars⁴¹.

Le recul des dépenses en publicités en 2020 a exacerbé la baisse en pourcentage des revenus dans le sous-segment privé traditionnel, qui a connu une chute de 14,3 % ou 222 millions de dollars (figure 9-1).

À CBC/Radio-Canada, la baisse des revenus publicitaires (7,3 %) représente environ la moitié de celle enregistrée dans le sous-segment des services facultatifs et sur demande et privés traditionnels. Les crédits parlementaires et autres sources de revenus de CBC/Radio-Canada ont diminué de moins d'un pour cent, entraînant une baisse globale des revenus de seulement 2,2 %.

Sur le plan provincial, les revenus des diffuseurs éducatifs ont augmenté de 3 millions de dollars, s'établissant à 189 millions, un sommet en 7 ans (figure 9-1).

Durant la saison de diffusion 2019-2020, la part d'auditoire des émissions canadiennes durant les heures de grande écoute sur le marché francophone a connu une légère baisse, s'établissant à 70 %, soit un point de pourcentage sous le sommet en dix ans de l'année précédente (figure 9-7). Les émissions de télévision en français ont encore dominé la liste des 10 séries canadiennes les plus regardées au Canada (sur les marchés des deux langues) durant la saison 2020-2021, occupant les dix premiers rangs (figure 9-3). La série canadienne la plus regardée de l'année de diffusion a été la série dramatique policière en français, District 31 (auditoire moyen par minute de 1,8 million).

Sur le marché anglophone, la part d'auditoire des émissions canadiennes durant les heures de grande écoute a augmenté pour la deuxième année de suite, passant de 19 % à 20 % (figure 9-6). La série en anglais la plus regardée était *Departure* (auditoire moyen par minute de 1,2 million).

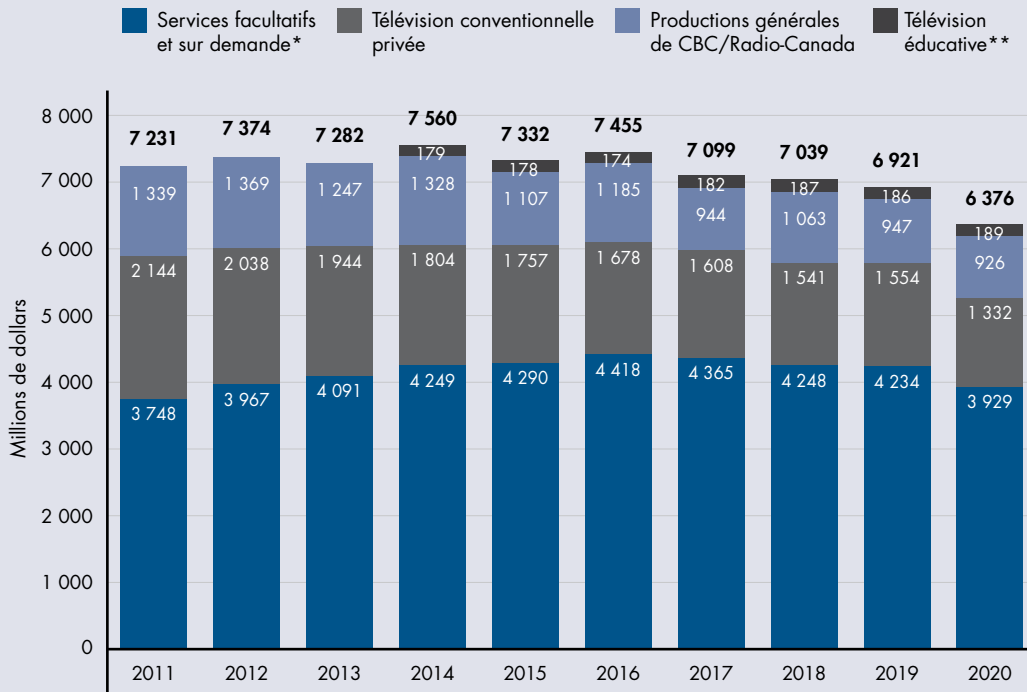
³⁹ CRTC (2021c), *Services facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2016-2020*.

⁴⁰ CRTC (2021d), *Services individuels facultatifs et sur demande : Relevés statistiques et financiers, 2016-2020*.

⁴¹ CRTC (2021e), *Rapports sur le marché des communications de 2021, tableau TV-F16*.

REVENUS

Figure 9-1 Revenus totaux de la diffusion par segment



Source : Estimations de Nordicity fondées sur les données du CRTC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Comprend les revenus tirés des services facultatifs appartenant à CBC/Radio-Canada.

** Les données sur les services de télévision éducative ne sont disponibles qu'à partir de 2014.

ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION LES PLUS REGARDÉES

La section suivante présente des statistiques sur les émissions de télévision les plus populaires au Canada. Les listes des dix émissions de télévision les plus regardées sont tirées de la base de données de statistiques d'auditoire de Numeris pour la saison de diffusion 2020-2021 (du 1^{er} septembre 2020 au 31 août 2021) et comprennent des émissions dans les genres soutenus par le FMC (c.-à-d. fiction, jeunesse, documentaire, et variétés et arts de la scène). Dans les cas où le même titre se classe à plusieurs reprises, seul le niveau d'auditoire de l'instance la plus élevée a été utilisé.

ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION LES PLUS POPULAIRES

Figure 9-2 Les 10 séries télévisées les plus populaires au Canada, saison de diffusion 2020-2021*

Émission (pays d'origine)	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>Le bon docteur</i> (États-Unis)	2 181
2. <i>911</i> (États-Unis)	1 971
3. <i>Grey's Anatomy</i> (États-Unis)	1 914
4. <i>The Rookie</i> (États-Unis)	1 908
5. <i>911 Texas</i> (États-Unis)	1 887
6. <i>District 31</i> (Canada)	1 827
7. <i>Le chanteur masqué</i> (États-Unis)	1 765
8. <i>Les Beaux malaises 2.0</i> (Canada)	1 724
9. <i>New Amsterdam</i> (États-Unis)	1 603
10. <i>Station 19</i> (États-Unis)	1 587

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

* Les séries télévisées comprennent tous les projets de télévision comptant plus de trois épisodes au cours d'une même saison de diffusion.

Figure 9-3 Les 10 séries télévisées canadiennes les plus populaires, saison de diffusion 2020-2021*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>District 31</i>	1 827
2. <i>Les Beaux malaises 2.0</i>	1 724
3. <i>La Voix</i>	1 535
4. <i>Star académie 2021 – Le variété</i>	1 463
5. <i>En direct de l'univers</i>	1 295
6. <i>Les Pays d'en haut</i>	1 294
7. <i>Toute la vie</i>	1 229
8. <i>Discussions avec mes parents</i>	1 213
9. <i>Infoman</i>	1 210
10. <i>Alertes</i>	1 210

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

* Les séries télévisées comprennent tous les projets de télévision comptant plus de trois épisodes au cours d'une même saison de diffusion.

MARCHÉ ANGLOPHONE

Figure 9-4 Les 10 séries télévisées canadiennes les plus populaires sur le marché anglophone, saison de diffusion 2020-2021*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>Departure</i>	1 210
2. <i>Private Eyes</i>	1 099
3. <i>Murdoch Mysteries</i>	770
4. <i>Hudson and Rex</i>	751
5. <i>Kim's Convenience</i>	651
6. <i>Transplant</i>	623
7. <i>Jann</i>	608
8. <i>Battle of the Blades</i>	545
9. <i>Still Standing</i>	509
10. <i>Coroner</i>	505

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

* Les séries télévisées comprennent tous les projets de télévision comptant plus de trois épisodes au cours d'une même saison de diffusion.

MARCHÉ FRANCOPHONE

Figure 9-5 Les séries télévisées canadiennes les plus populaires sur le marché francophone, saison de diffusion 2020-2021*

Émission	Auditoire moyen par minute (milliers)
1. <i>District 31</i>	1 827
2. <i>Les beaux malaises 2.0</i>	1 724
3. <i>La Voix</i>	1 535
4. <i>Star académie 2021 - Le variété</i>	1 463
5. <i>Les Pays d'en haut</i>	1 294
6. <i>En direct de l'univers</i>	1 295
7. <i>Toute la vie</i>	1 229
8. <i>Discussions avec mes parents</i>	1 213
9. <i>Infoman</i>	1 210
10. <i>Alertes</i>	1 210

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

* Les séries télévisées comprennent tous les projets de télévision comptant plus de trois épisodes au cours d'une même saison de diffusion.

PART D'AUDITOIRE

La présente section contient des statistiques consolidées sur la part d'auditoire des émissions canadiennes dans chacun des genres soutenus par le FMC (c.-à-d. fiction, jeunesse, documentaire, et émissions de variétés et des arts de la scène). Ces statistiques sont disponibles avec un an de décalage et, par conséquent, elles font état des parts d'auditoire pour la saison de diffusion 2019-2020 (du 1^{er} septembre 2019 au 31 août 2020).

Figure 9-6 Part d'auditoire de la programmation canadienne dans le marché de langue anglaise aux heures de grande écoute

Saison de diffusion	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
Drame (fiction)	15 %	16 %	17 %	17 %	16 %	15 %	16 %	12 %	13 %	15 %
Jeunesse	44 %	46 %	49 %	49 %	50 %	56 %	52 %	48 %	34 %	45 %
Documentaire	35 %	45 %	49 %	48 %	49 %	50 %	52 %	47 %	48 %	46 %
Variétés et arts de la scène	19 %	22 %	13 %	13 %	18 %	20 %	22 %	9 %	15 %	19 %
Tous les genres subventionnés par le FMC	22 %	23 %	24 %	24 %	23 %	23 %	24 %	18 %	19 %	21 %

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

Figure 9-7 Part d'auditoire de la programmation canadienne dans le marché de langue française aux heures de grande écoute

Saison de diffusion	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
Drame (fiction)	48 %	46 %	48 %	49 %	52 %	51 %	53 %	49 %	55 %	57 %
Jeunesse	76 %	73 %	74 %	66 %	66 %	62 %	54 %	63 %	55 %	70 %
Documentaire	76 %	72 %	72 %	73 %	73 %	72 %	74 %	76 %	94 %	81 %
Variétés et arts de la scène	87 %	92 %	91 %	94 %	95 %	96 %	97 %	91 %	99 %	99 %
Tous les genres subventionnés par le FMC	62 %	61 %	62 %	62 %	64 %	64 %	66 %	62 %	71 %	70 %

Source : Recherche du FMC (Numeris), 2021.

10. Diffusion en salles et auditoire

L'industrie de la diffusion en salles comprend les chaînes de cinéma, les cinémas indépendants et les cinémas IMAX qui présentent des longs métrages. Malgré la croissance des plateformes de distribution numérique en ligne, l'industrie de la diffusion en salles demeure un débouché important pour les longs métrages au Canada. On recensait plus de 2 700 salles de cinéma au Canada et plus de 96 millions d'entrées payées en 2020 (l'année d'exploitation complète la plus récente pour laquelle les données d'admission sont disponibles)⁴².

Faits saillants de 2021



- Les revenus de l'industrie de la diffusion en salles ont augmenté de 47,2 % pour atteindre 814 millions de dollars.
- Les recettes-guichet totales ont augmenté de 47,2 % pour atteindre 343 millions de dollars.
- Les recettes-guichet des films canadiens ont grimpé à 18 millions de dollars au pays.
- La part des recettes-guichet générées par des films canadiens a augmenté à 5,2 %.
- Le nombre de longs métrages canadiens diffusés dans les salles canadiennes est passé de 72 à 92⁴³.
- Sur le marché francophone, les recettes-guichet des films canadiens sont passées à 10,8 millions de dollars et leur part à 22,0 %.
- Sur le marché anglophone, les recettes-guichet des films canadiens ont grimpé à 6,2 millions de dollars et leur part à 2,3 %.

⁴² Statistique Canada (2019), tableau 21-10-0180-01.

⁴³ À noter que le nombre de nouveaux films canadiens sortis en salles dans une année civile sera différent du nombre de longs métrages produits durant l'exercice financier associé puisque, par exemple, certains films à l'affiche peuvent avoir été produits au cours des années précédentes.

Entre 2011 et 2019, la forte concurrence des services vidéo diffusés par Internet, la valeur annuelle des recettes-guichet au Canada est demeurée autour d'un milliard de dollars (figure 10-3). En 2020, la COVID-19 a toutefois entraîné la fermeture des cinémas partout au Canada et l'effondrement des recettes-guichet. Les statistiques de l'Association des cinémas du Canada (MTAC) révèlent que les recettes-guichet ont chuté de 77 % en 2020 pour terminer l'année à 233 millions de dollars (figure 10-3).

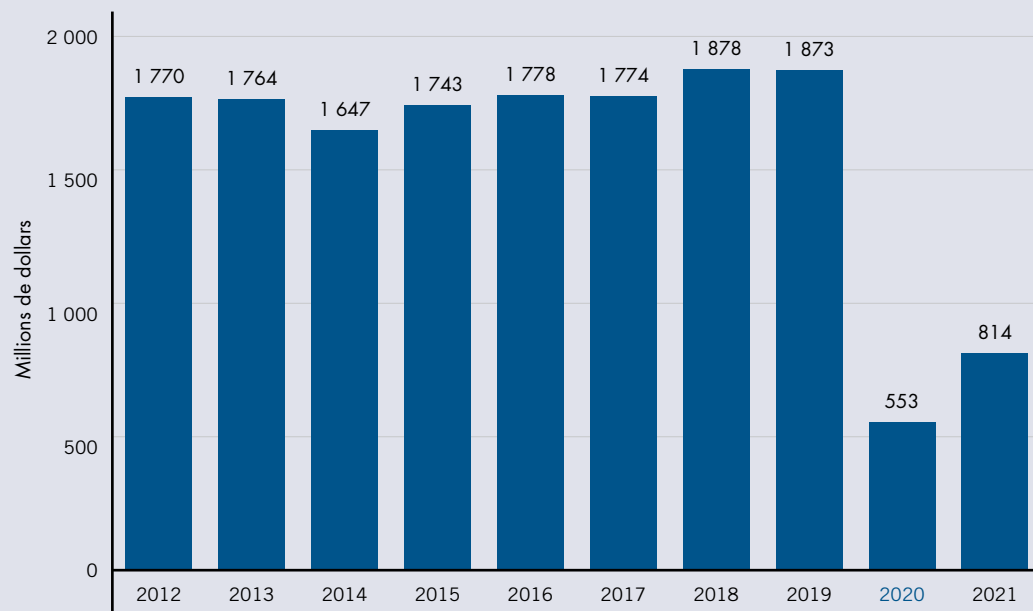
Malgré les défis persistants liés à la COVID-19 en 2021, l'industrie canadienne de la diffusion en salles a commencé à se remettre du creux de 2020. Les recettes-guichet totales ont augmenté de 47,2 % pour atteindre 343 millions de dollars (figure 10-3), ce qui a contribué à porter les recettes totales de l'industrie (incluant les ventes d'aliments et de boissons, la publicité et les autres revenus) à 814 millions de dollars (figure 10-1). Le succès de *La Pat' Patrouille : Le film* a contribué à faire passer la part des billetteries des films canadiens à 5 % en 2021 (figure 10-4).

Le rendement des films canadiens sur le marché francophone s'est raffermi en 2021, leur part étant passée de 17,5 % à 22,0 %, un nouveau sommet en 10 ans (figure 10-6). Les bonnes recettes-guichet du *Guide de la famille parfaite* (2,08 millions de dollars pour l'année civile 2021) et de *La Pat' Patrouille : Le film* (1,69 million de dollars) ont grandement contribué à cette forte performance sur le marché francophone en 2021 (figure 10-8).

Portés par la performance de *La Pat' Patrouille : Le film* (5,66 millions de dollars), les films canadiens ont enregistré leur meilleure année de la dernière décennie pour ce qui est de la part des recettes-guichet sur le marché anglophone. Les revenus totaux se sont élevés à 6,9 millions de dollars et la part a atteint un sommet en 10 ans, soit 2,3 % (figure 10-6). Sans *La Pat' Patrouille : Le film*, cependant, la performance des films canadiens sur le marché anglophone aurait été très faible. En le retirant des chiffres, il ne reste que 1,2 millions de dollars en recettes-guichet pour tous les autres films canadiens diffusés sur le marché anglophone, ce qui correspond à une part de seulement 0,4 %.

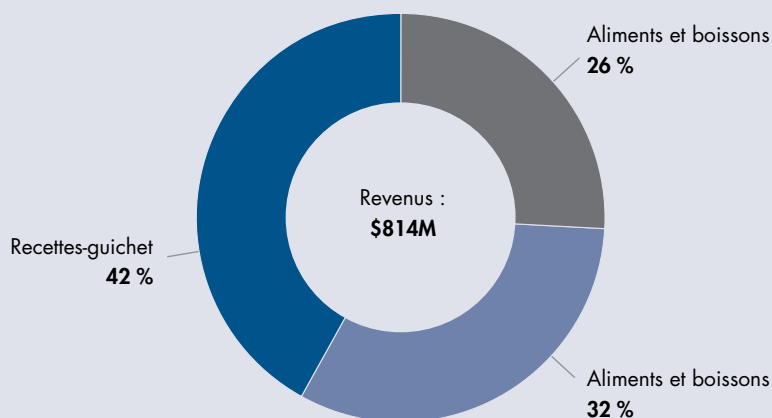
TOTAL DES REVENUS

Figure 10-1 Revenus totaux de l'industrie de la diffusion en salles au Canada



Sources : Estimations de Nordicity fondées sur les données de l'Association des cinémas du Canada, de Cineplex Inc. et de Statistique Canada, catalogue n° 87F0009X et tableau 21-10-0178-01.

Remarque : Voir Motion Picture Association – Canada et Association canadienne des producteurs médiatiques (2013), *The Economic Contribution of the Film and Television Sector in Canada* pour une description plus détaillée de la méthodologie.

Figure 10-2 Sources de revenus de l'industrie de la diffusion en salles au Canada, 2021

Remarque : Voir Motion Picture Association – Canada et Association canadienne des producteurs médiatiques (2013), *The Economic Contribution of the Film and Television Sector in Canada* pour une description plus détaillée de la méthodologie.

* Comprend les revenus tirés des ventes de publicité en salle, des autres ventes de publicité, des ventes de marchandises, des projections et fêtes privées, et des événements organisés par des entreprises.

FESTIVALS DE CINÉMA

Ces dernières années, bon nombre des festivals de cinéma qui servaient traditionnellement de marchés pour la vente de productions indépendantes aux distributeurs ont évolué vers des activités de marketing et de vente plus sophistiquées. Les festivals sont aujourd'hui souvent un moyen de susciter le bouche-à-oreille et l'intérêt des spectateurs en préparant activement le public avant une sortie au cinéma et en offrant aux spécialistes de l'industrie la possibilité de discuter entre eux et avec les cinéastes. Avec le début de la pandémie de COVID-19, la plupart des festivals ont accéléré leur virage vers des interactions numériques avec le public et les délégués – exclusivement ou en combinaison avec des événements en personne.

En ce qui concerne la chaîne de valeur qui opère dans le secteur du cinéma et de la télévision, les festivals jouent souvent un rôle clé dans la médiation des transactions entre cinéastes indépendants, distributeurs et diffuseurs. Ces avantages économiques importants sont principalement saisis dans les segments de distribution et de diffusion de la chaîne de valeur.

Les festivals de cinéma continuent de faire partie intégrante de l'écosystème de l'industrie du cinéma, avec des centaines de festivals partout au Canada qui couvrent une vaste gamme de genres. Il y a des festivals véritablement mondiaux, comme le Festival international du film de Toronto, qui mènent leurs activités aux côtés de Cannes, de Venise et de Sundance; des festivals de cinéma spécialisés de calibre mondial, comme le Festival international d'animation d'Ottawa, le Festival international canadien du documentaire Hot Docs et le Festival du film et des arts médiatiques imagineNATIVE; et des festivals populaires de genre, comme le Festival international du film Fantasia de Montréal, qui continuent d'attirer les foules.

En 2019-2020 (le dernier exercice complet avant la pandémie de COVID-19), dans le cadre de son soutien à la promotion des films canadiens, Téléfilm Canada a fourni un soutien financier à 75 festivals de films canadiens et à 88 événements et initiatives de l'industrie au Canada⁴⁴. Ces 75 festivals représentent les grands événements au Canada cette année-là. De plus, il existe de nombreux petits festivals régionaux qui fonctionnent sans grand soutien public.

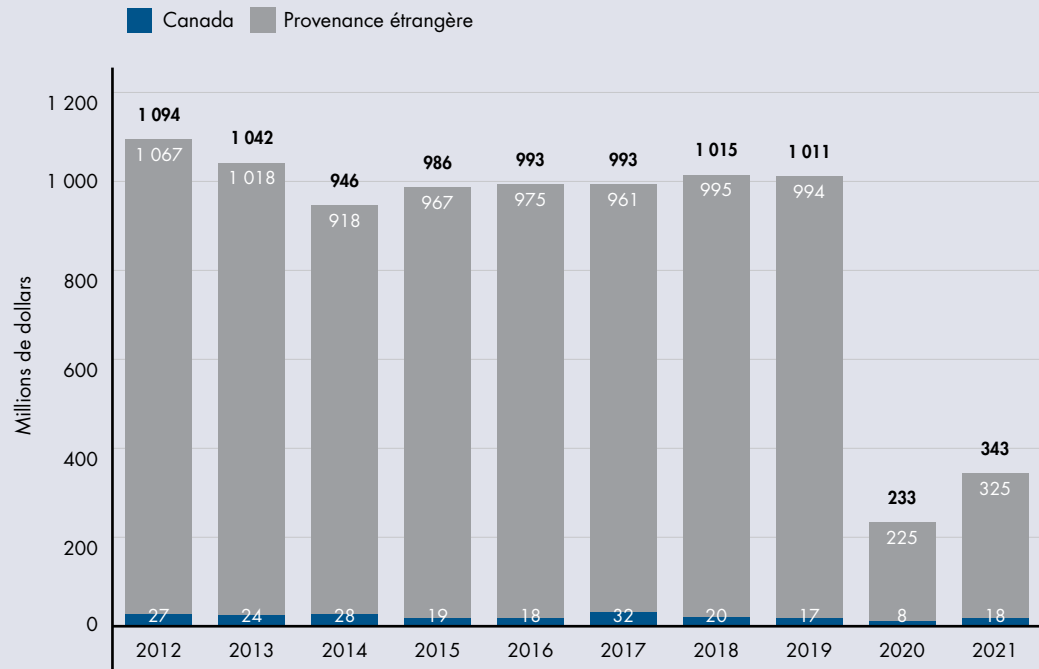
En 2020-2021, Téléfilm Canada a élargi sa portée au pays en appuyant 95 festivals de cinéma canadiens et 99 événements et initiatives de l'industrie. Bon nombre de ces festivals et événements procédaient à une transition en ligne ou à l'adoption d'un format hybride⁴⁵.

⁴⁴ Téléfilm Canada (2020), *Cultiver la résilience grâce aux partenariats : Rapport annuel 2019-2020*, p. 12.

⁴⁵ Téléfilm Canada (2021), *Un effet mobilisateur : Rapport annuel 2020-2021*, p. 23.

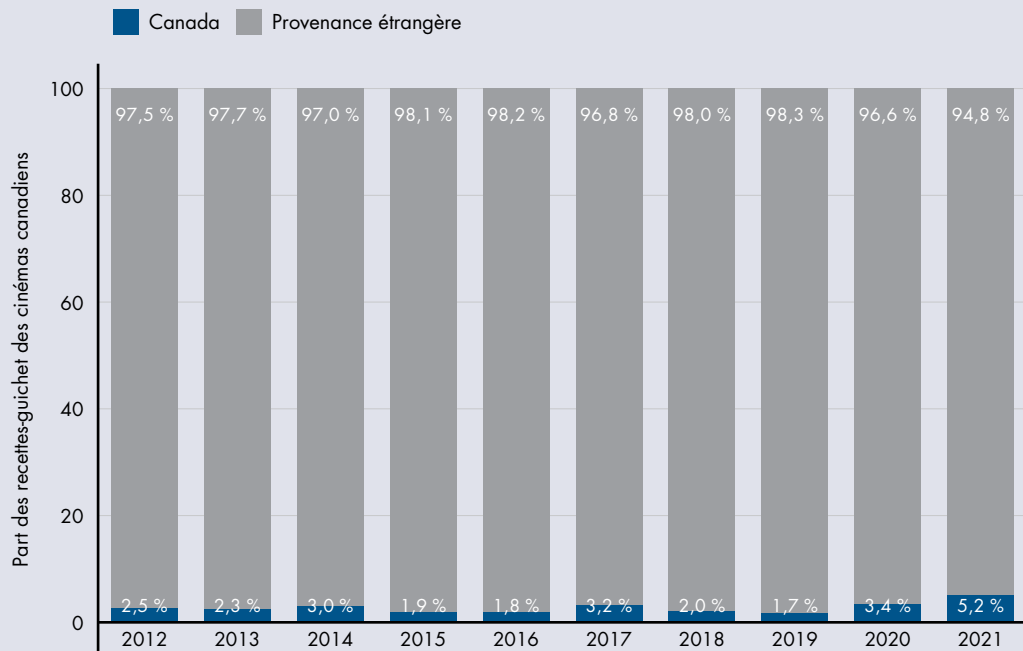
TENDANCES EN MATIÈRE DE RECETTES-GUICHET AU PAYS

Figure 10-3 Recettes-guichet au Canada par pays de production



Source : Association des cinémas du Canada.

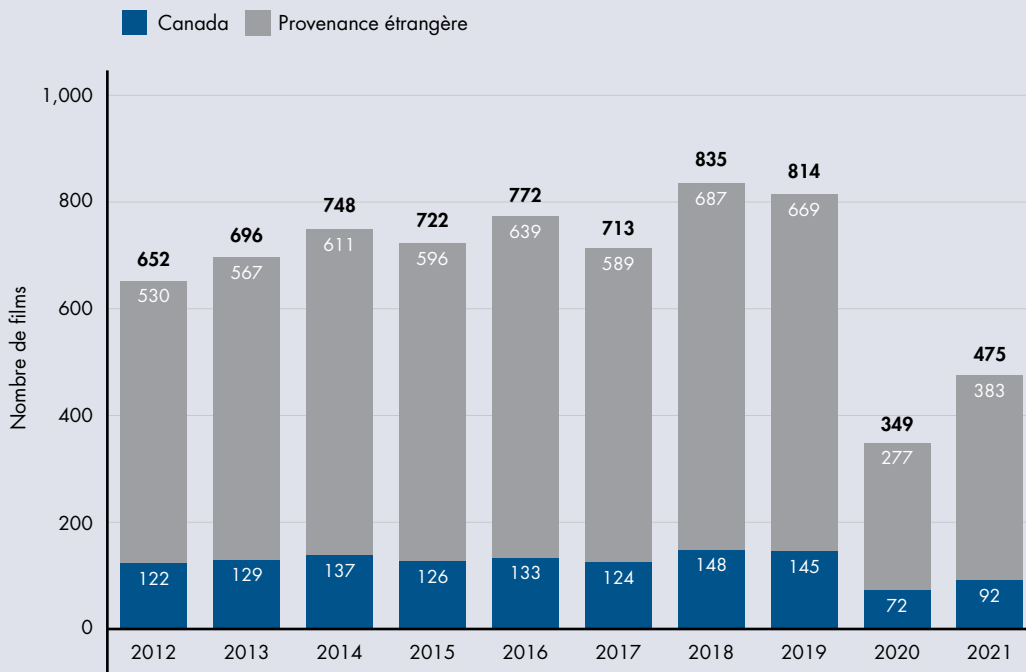
Figure 10-4 Part des recettes-guichet totales au Canada, par pays de production



Source : Association des cinémas du Canada.

Remarque : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre au total indiqué.

Figure 10-5 Nombre de nouveaux longs métrages présentés dans les cinémas canadiens par pays de production



Source : Analyse des données de l'Association des cinémas du Canada par le ministère du Patrimoine canadien.

Remarque : Les données ne comprennent que les longs métrages diffusés pour la première fois en salles au cours d'une année donnée. Par exemple, les statistiques pour 2021 ne comprennent que le nombre de films diffusés dans les salles canadiennes pour la première fois en 2021.

RECETTES-GUICHET SELON LA LANGUE DU MARCHÉ

Figure 10-6 Recettes-guichet et part de marché dans les cinémas au Canada selon la langue du marché

Marché francophone	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
(M\$)										
Recettes-guichet des films canadiens présentés en français	12,9	12,6	12,1	13,8	10,3	23,6	15,8	14,0	6,0	10,8
Recettes-guichet des films étrangers présentés en français	130,2	126,7	108,4	115,2	108,7	103,9	101,6	105,4	28,3	38,4
Recettes-guichet totales des films présentés en français	143,1	139,3	120,5	129,0	119,0	127,5	117,4	119,4	34,3	49,2
Part des films canadiens	9,0 %	9,0 %	10,0 %	10,7 %	8,7 %	18,5 %	13,5 %	11,7 %	17,5 %	22,0 %
(Nombre de films)										
Films canadiens présentés dans les cinémas canadiens	78	97	91	84	104	95	112	111	68	79
Films étrangers présentés dans les cinémas canadiens	310	301	280	280	291	289	318	345	236	212
Nombre total de films présentés dans les cinémas canadiens	388	398	371	364	395	384	430	456	304	291
Proportion de films étrangers et canadiens	4,0	3,1	3,1	3,3	2,8	3,0	2,8	3,1	3,5	2,7
Marché anglophone										
(M\$)										
Recettes-guichet des films canadiens présentés en anglais	13,9	11,2	16,3	4,9	7,4	8,6	4,6	3,1	1,7	6,9
Recettes-guichet des films étrangers présentés en anglais	937,2	891,8	809,1	852,2	866,4	857,3	893,1	888,7	196,9	287,0
Recettes-guichet totales des films présentés en anglais	951,2	903,0	825,3	857,1	873,8	865,9	897,7	891,8	198,6	293,9
Part des films canadiens	1,5 %	1,2 %	2,0 %	0,6 %	0,8 %	1,0 %	0,5 %	0,3 %	0,9 %	2,3 %
(Nombre de films)										
Films canadiens présentés dans les cinémas canadiens	80	111	121	102	113	113	120	132	87	85
Films étrangers présentés dans les cinémas canadiens	803	867	870	803	973	949	1 058	1 084	774	702
Nombre total de films présentés dans les cinémas canadiens	883	978	991	905	1 086	1 062	1 178	1 216	861	787
Proportion de films étrangers et canadiens	10,0	7,8	7,2	7,9	8,6	8,4	8,8	8,2	8,9	8,3

Source : Association des cinémas du Canada.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

PRINCIPAUX LONGS MÉTRAGES SELON LA LANGUE DU MARCHÉ

Figure 10-7 Les 10 longs métrages canadiens les plus populaires présentés sur le marché anglophone, 2021

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue officielle de production
1. <i>PAW Patrol: The Movie</i>	5,66	Anglais
2. <i>Resident Evil: Welcome to Raccoon City</i>	0,70	Anglais
3. <i>Night Raiders</i>	0,12	Anglais
4. <i>Beans</i>	0,07	Anglais
5. <i>Best Sellers</i>	0,03	Anglais
6. <i>Félix et le trésor de Morgäa</i>	0,03	Français
7. <i>They Who Surround Us</i>	0,02	Anglais
8. <i>French Exit</i>	0,02	Anglais
9. <i>My Salinger Year</i>	0,02	Anglais
10. <i>Maria Chapdelaine</i>	0,02	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Reçus des billetteries obtenus entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021. Ce montant peut sous-représenter le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Figure 10-8 Les 10 longs métrages canadiens les plus populaires présentés sur le marché francophone, 2021

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Langue officielle de production
1. <i>Le guide de la famille parfaite</i>	2,08	Français
2. <i>PAW Patrol: The Movie</i>	1,69	Anglais
3. <i>Maria Chapdelaine</i>	0,93	Français
4. <i>L'Arracheuse de temps</i>	0,91	Français
5. <i>Sam</i>	0,69	Français
6. <i>Le club Vinland</i>	0,60	Français
7. <i>Aline</i>	0,57	Français
8. <i>La déesse des mouches à feu</i>	0,54	Français
9. <i>Souterrain</i>	0,47	Français
10. <i>Maria</i>	0,44	Français

Source : Association des cinémas du Canada.

* Reçus des billetteries obtenus entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021. Ce montant peut sous-représenter le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Figure 10-9 Les 10 longs métrages les plus populaires présentés sur le marché anglophone, 2021

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Pays d'origine
1. <i>Spider-Man: No Way Home</i>	39,10	États-Unis
2. <i>Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings</i>	23,60	États-Unis et Australie
3. <i>No Time to Die</i>	20,51	États-Unis et Royaume-Uni
4. <i>Dune</i>	16,92	États-Unis
5. <i>Venom: Let There Be Carnage</i>	13,44	États-Unis
6. <i>Eternals</i>	13,29	États-Unis et Royaume-Uni
7. <i>Free Guy</i>	12,96	États-Unis
8. <i>Black Widow</i>	11,68	États-Unis
9. <i>F9: The Fast Saga</i>	9,76	États-Unis
10. <i>Jungle Cruise</i>	9,12	États-Unis

Source : Association des cinémas du Canada.

* Reçus des billetteries obtenus entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021. Ce montant peut sous-représenter le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

Figure 10-10 Les 10 longs métrages les plus populaires présentés sur le marché francophone, 2021

Titre	Recettes-guichet* (M\$)	Pays d'origine
1. <i>Dune</i>	2,53	États-Unis
2. <i>Rapides et dangereux 9 : La saga</i>	2,42	États-Unis
3. <i>Mourir peut attendre</i>	2,29	États-Unis et Royaume-Uni
4. <i>Le guide de la famille parfaite</i>	2,08	Canada
5. <i>Croisière dans la jungle</i>	2,04	États-Unis
6. <i>La Pat'Patrouille, le film</i>	1,69	États-Unis
7. <i>Black Widow</i>	1,48	États-Unis
8. <i>Basket spatial : Une nouvelle ère</i>	1,35	États-Unis
9. <i>Baby Boss 2 : Une affaire de famille</i>	1,28	États-Unis
10. <i>Spider-Man : Sans retour</i>	1,24	États-Unis

Source : Association des cinémas du Canada.

* Reçus des billetteries obtenus entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2021. Ce montant peut sous-représenter le total des recettes-guichet d'un film particulier si le film a été présenté dans des cinémas canadiens au cours d'autres années civiles.

11. Entreprises de distribution de radiodiffusion

Le secteur de la distribution de radiodiffusion comprend les services de distribution par câble, par satellite et par IP qui permettent aux ménages et aux entreprises du Canada d'avoir accès à des services de télévision autorisés, qu'ils soient traditionnels, facultatifs ou sur demande, en souscrivant à des forfaits de chaînes et à certains services à la carte. Les services de distribution par câble, par satellite et par IP sont aussi appelés les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR); collectivement, ils forment l'industrie des EDR.

Faits saillants de 2020



- Les abonnés et les revenus de la télévision IP ont augmenté respectivement à 3,1 millions et 2,2 milliards de dollars.



- Le nombre d'abonnés aux EDR a diminué de 3,2 % pour s'établir à 10,2 millions.
- La baisse des revenus de la télévision par câble et par satellite a entraîné une baisse de 3,2 % des revenus totaux des EDR.
- Les contributions des EDR à la production canadienne ont diminué de 3,9 % pour atteindre 392 millions de dollars.

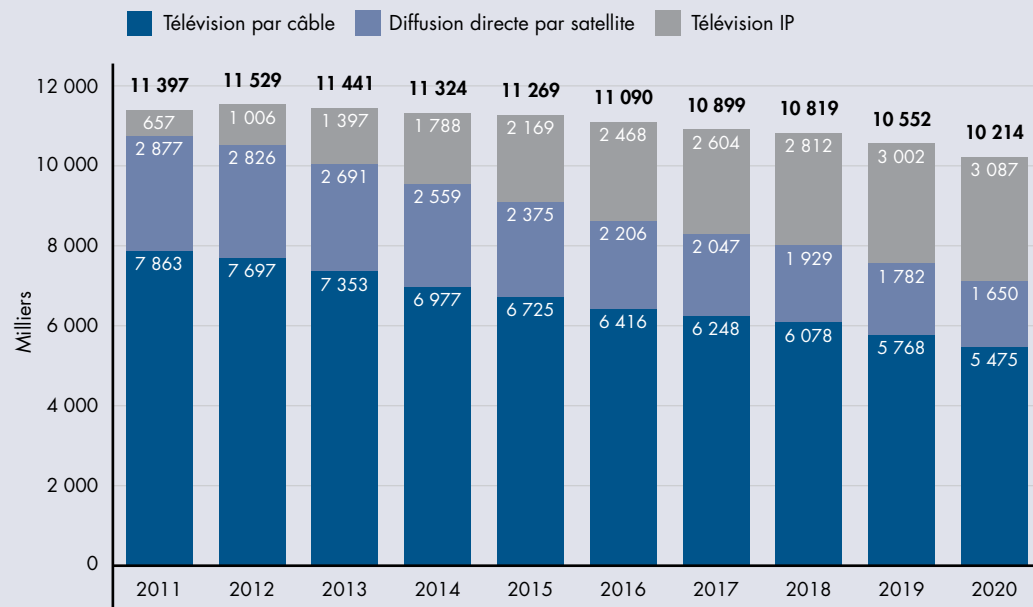
L'industrie canadienne des EDR a connu une accélération des désabonnements en 2020. Selon les statistiques du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), le nombre d'abonnements aux services canadiens des EDR a atteint un sommet de 11 529 000 en 2012 (figure 11-1). L'industrie connaît des baisses annuelles depuis. En 2020, l'industrie a connu le taux le plus élevé de désabonnement à ce jour, perdant 338 000 abonnés.

L'accélération des désabonnements en 2020 n'a pas été surprenante, compte tenu de la popularité croissante des plateformes de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) et des autres services vidéo diffusés par Internet, dont les services de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) et de vidéo sur demande soutenu par la publicité (VSDP). En 2020, les revenus totaux récoltés par les services vidéo sur Internet au Canada ont augmenté de 13,8 % pour atteindre 3,9 milliards de dollars⁴⁶. Entre 2014 et 2020, les revenus de ces services ont augmenté en moyenne de 26,1 % par année⁴⁷. Les services de VSDA, comme Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Crave, Club illico, Gem, ICI Tou.tv et Sportsnet Now, ont représenté des revenus de 2 milliards en 2020; les services de VSDP comme YouTube ont récolté 1,6 milliard; et les services de VSDT comme iTunes, 302 millions⁴⁸.

Par leurs contributions au Fonds des médias du Canada (FMC), aux fonds de production indépendants et au financement de la programmation locale, les EDR soutiennent la création de contenu canadien. Toutefois, en 2020, en raison de la baisse des abonnements et des revenus des EDR, leur contribution totale à la production canadienne a diminué de 3,9 % pour s'établir à 392 millions de dollars, soit le niveau le plus bas de la dernière décennie (figure 11-3). Les contributions des EDR au FMC ont diminué de 2,1 %, et celles aux nouvelles et émissions locales, de 6,2 %. Les contributions des EDR aux fonds de production indépendants, elles, après être passées de 50 à 40 millions de dollars en 2018, sont restées pratiquement inchangées, à 39 millions de dollars en 2020.

ABONNÉS ET REVENUS DES EDR

Figure 11-1 Nombre d'abonnés aux EDR*



Source : CRTC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

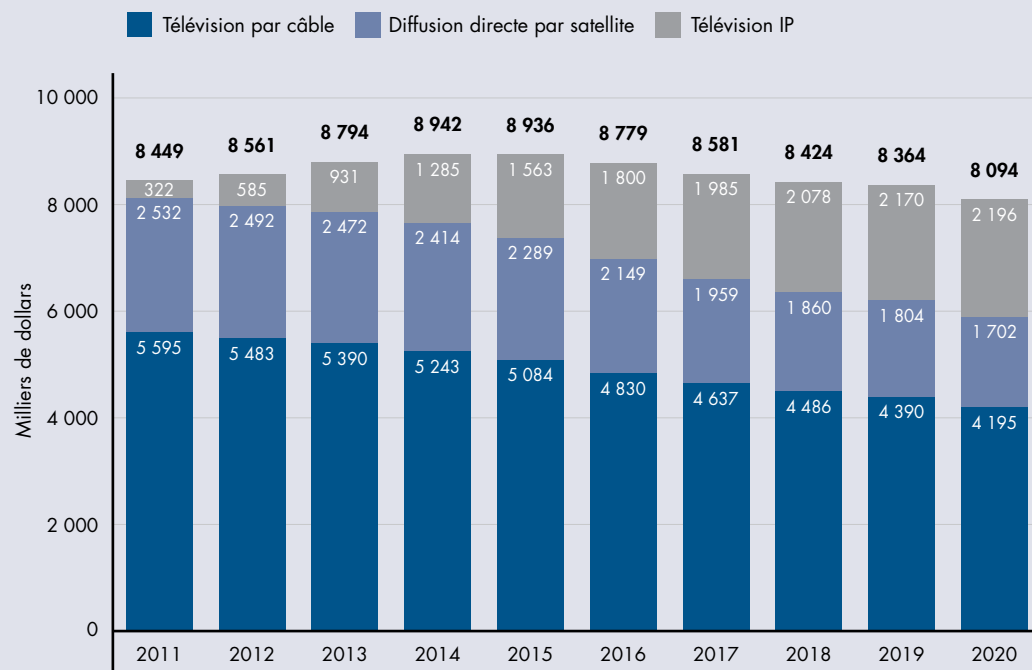
* Exclut les EDR qui ne sont pas tenues par règlement de déclarer des données financières et opérationnelles au CRTC.

46 CRTC (2021e), *Rapports sur le marché des communications de 2021*, tableau TVF17.

47 Ibid.

48 Ibid.

Figure 11-2 Total des revenus de l'industrie canadienne de la distribution de diffusion

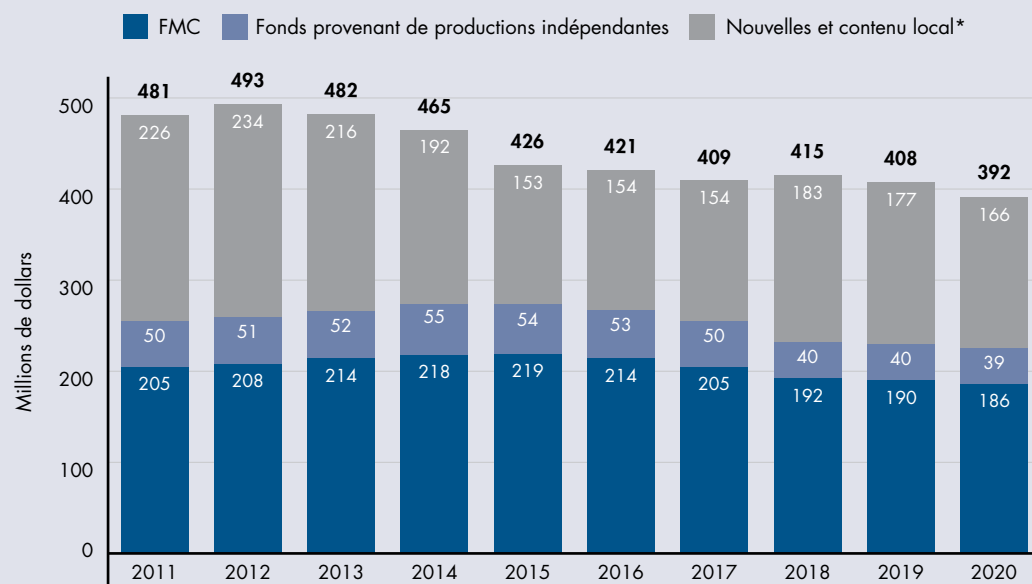


Source : CRTC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
* Exclut les EDR qui ne sont pas tenues par règlement de déclarer des données financières et opérationnelles au CRTC.

INVESTISSEMENTS DANS LA PROGRAMMATION CANADIENNE

Figure 11-3 Investissements des EDR dans la programmation canadienne



Source : CRTC.

Remarque : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

* Comprend les dépenses liées à l'expression locale (c.-à-d. les chaînes de télévision communautaires) et les contributions au Fonds d'amélioration de la programmation locale (2009-2014) et au Fonds pour les nouvelles locales indépendantes (2018-2020).

Remarques méthodologiques

Estimations de la production canadienne

Les estimations de la production canadienne sont fondées sur les données du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) du ministère du Patrimoine canadien. Afin de tenir compte de la période de 42 mois au cours de laquelle les producteurs peuvent présenter leur demande au BCPAC⁴⁹, Nordicity a appliqué les facteurs de majoration suivants aux données brutes de production fournies par le BCPAC :

- 2018-2019 : 2,9 %
- 2019-2020 : 5,4 %
- 2020-2021 : 11 %

Ces taux sont fondés sur la marge de sous-représentation des statistiques du BCPAC observée au cours de la dernière décennie et, en particulier, sur celle des années les plus récentes, avec un poids particulier accordé aux marges des dernières années.

Révisions des statistiques historiques

En raison du délai de demande de 42 mois au BCPAC, il est possible que les données du BCPAC ne donnent pas une indication exhaustive du volume de production tant que quatre ans ne se sont pas écoulés depuis un exercice donné. Par conséquent, les statistiques de production canadiennes déclarées dans le *Profil 2021* pour les trois années précédentes (2017-2018, 2018-2019 et 2019-2020) ont été révisées pour tenir compte de toutes les données actuellement disponibles.

Estimation de la production télévisuelle canadienne certifiée par le CRTC

Les estimations de la production télévisuelle canadienne comprennent une estimation de la production télévisuelle certifiée par le CRTC (c.-à-d. la production télévisuelle que seul le CRTC a certifiée). Des recherches menées par Nordicity et le ministère du Patrimoine canadien en 2009 ont révélé que la production télévisuelle certifiée par le CRTC représentait environ 13,5 % de la production canadienne totale. Ce taux a été utilisé dans le *Profil 2021* pour estimer le volume total de production certifiée par le CRTC.

Courts métrages

Les courts métrages comprennent les films de moins de 75 minutes. Dans le *Profil 2012* et les éditions antérieures, les données sur les courts métrages destinés aux salles étaient incluses dans les statistiques globales de la production cinématographique canadienne. Depuis le *Profil 2013*, elles se retrouvaient dans les statistiques sur la production télévisuelle canadienne. Dans le *Profil 2021*, elles ont été incluses dans la production télévisuelle canadienne pour toutes les années – de 2011-2012 à 2020-2021

Même si la définition des courts métrages destinés aux salles semble indiquer qu'ils devraient être inclus dans les statistiques de la production cinématographique canadienne, en les supprimant, nous pouvons mieux isoler les données sur les longs métrages destinés aux salles. De plus, le faible volume de courts métrages destinés aux salles rapportés dans les éditions précédentes de *Profil* laisse croire que les demandeurs avaient en fait rapporté nombre d'entre eux dans la catégorie de la production télévisuelle canadienne.

Fonds des médias du Canada

Les statistiques déclarées pour le FMC comprennent des données sur la production soutenue par le Volet convergent du FMC depuis 2011-2012.

⁴⁹ Dans le cadre du programme de Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC), les producteurs peuvent soumettre leur demande au BCPAC jusqu'à 42 mois après la fin de l'exercice au cours duquel les principaux travaux de prise de vue ont commencé.

Production interne des télédiffuseurs (« production interne »)

Il n'a pas été possible de rassembler des statistiques provinciales complètes sur la production interne des télédiffuseurs privés des provinces des Prairies ni du Canada atlantique. Pour les provinces des Prairies, Nordicity a élaboré des estimations fondées sur les parts historiques observées dans les statistiques du CRTC avant 2001, année où le CRTC a cessé de publier les statistiques provinciales. La répartition de la production interne des télédiffuseurs privés entre les provinces du Canada atlantique était également fondée sur des estimations. Comme aucune donnée historique n'existait, la part du produit intérieur brut (PIB) total de chaque province du Canada atlantique a été utilisée comme variable de substitution pour l'estimation.

Rapprochement avec les statistiques publiées par les organismes de financement fédéraux et provinciaux

Certains organismes de financement fédéraux et provinciaux, dont Téléfilm Canada, publient également des statistiques sur les activités de production cinématographique et télévisuelle. Les statistiques publiées par ces organismes peuvent différer de celles du *Profil 2021* pour diverses raisons :

- Certains organismes de financement publient des statistiques de production selon l'année civile, alors que celles présentées dans *Profil* sont élaborées d'après l'exercice financier.
- Les statistiques publiées par Téléfilm Canada ne comprennent que les longs métrages qui ont reçu un soutien financier de l'organisme ou qui ont été recommandés en vertu de l'un des traités de coproduction audiovisuelle du Canada.
- Certains organismes de financement déclarent les activités de production en fonction de l'exercice au cours duquel un projet cinématographique ou télévisuel reçoit l'approbation de sa demande de crédit d'impôt ou d'un autre type de financement, plutôt que de l'année où commencent les principaux travaux de prise de vue du projet (ce que fait le BCPAC). Par exemple, Téléfilm Canada répertorie les productions de longs métrages selon l'exercice au cours duquel un projet reçoit l'engagement financier de l'organisme.
- Les statistiques déclarées par les organismes de financement excluent la production interne des télédiffuseurs.
- Les organismes de financement provinciaux déclarent habituellement la production en fonction de la province où le projet de film ou de télévision a été réalisé, tandis que les statistiques dans *Profil* sont déclarées en fonction de la province où le producteur du projet est basé (ce que fait le BCPAC).

Investissements étrangers dans la production

Les investissements étrangers dans la production (IEP) sont en fait l'apport financier étranger à l'industrie canadienne de la production cinématographique et télévisuelle. Ils se composent des préventes et des avances de distribution étrangère pour toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC et la valeur totale de la production étrangère et des services de production au Canada. Les investissements étrangers ne représentent pas juste les exportations; ils reflètent mieux la nature de la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Ils reconnaissent que les productions cinématographiques et télévisuelles sont des produits intangibles et que des parties du droit d'auteur peuvent être exportées vers des pays étrangers. Ils tiennent également compte des budgets des productions tournées au Canada, même lorsque le droit d'auteur est détenu par une entité étrangère.

Les données utilisées pour estimer les investissements étrangers ne comprennent que le financement du budget canadien des coproductions régies par des traités. La participation étrangère au budget de ces œuvres n'est pas comptabilisée dans les investissements étrangers. Les coproductions audiovisuelles régies par des traités ne s'ajoutent aux investissements étrangers que si la participation canadienne s'y rapportant comprend des préventes ou des avances de distribution étrangère.

Estimation du nombre de personnes employées

Pour estimer le nombre de personnes qui travaillent dans la production cinématographique et télévisuelle (emplois directs) ainsi que les emplois indirects générés par cette activité, Nordicity a mis au point des multiplicateurs qui convertissent le nombre d'équivalents temps plein (ETP) en effectifs. (Voir ci-dessous la description de la méthodologie d'estimation des ETP.)

Dans le cas des emplois directs, ces multiplicateurs ont été élaborés à partir de recherches sur les salaires globaux, les jours travaillés et le nombre de personnes actuellement inscrites auprès des syndicats et des guildes pour travailler dans la production cinématographique et télévisuelle au Canada. Au total, des données ont été recueillies auprès de sept syndicats locaux et de trois grandes organisations syndicales (ICG, ACTRA, GCR) représentant les travailleurs de différents régions du Canada.

Ces calculs ont été fondés sur la participation au marché du travail mesurée en 2017, 2018, 2019 et 2020 et pourraient évoluer suivant les conditions du marché du travail et les changements dans la composition globale de la main-d'œuvre de production cinématographique et télévisuelle par secteur.

En ce qui concerne les emplois indirects, Nordicity a élaboré un multiplicateur distinct fondé sur le ratio des employés par rapport à l'ensemble de l'économie et des équivalents temps plein. Ce ratio pour l'ensemble de l'économie est fondé sur les données publiées dans les figures 14-10-0043-01 et 14-10-0327-03 de Statistique Canada.

Estimation des emplois équivalents temps plein (ETP)

Nordicity a calculé le nombre d'emplois directs en estimant la part du volume de production global qui a été versée sous forme de salaires et traitements à la main-d'œuvre, puis en divisant le montant obtenu par la rémunération estimative moyenne d'un ETP dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle.

Elle a multiplié le volume de production total par 57 % pour estimer la portion des budgets de production qui a été versée sous forme de salaires aux membres des équipes. Cette hypothèse de 57 % est fondée sur les données fournies par le BCPAC concernant la portion moyenne des budgets de production composée des dépenses canadiennes de main-d'œuvre.

Le salaire moyen hypothétique des ETP pour 2020-2021 était de 67 213 \$. Nordicity a élaboré cette hypothèse à partir des données du recensement de 2016 de Statistique Canada. Nordicity ajuste chaque année son salaire moyen hypothétique d'après les données de l'*Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail* de Statistique Canada pour prendre en compte les variations annuelles du salaire horaire moyen (excluant les heures supplémentaires) des employés rémunérés à l'heure au Canada (voir Statistique Canada, tableau 14-10-0206-01).

Salaires moyens des ETP dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Coût moyen des ETP	54 175 \$	55 476 \$	56 935 \$	58 016 \$	58 607 \$	59 445 \$	60 396 \$	62 389 \$	64 074 \$	67 213 \$

Source : Calculs de Nordicity fondés sur les données de Statistique Canada, *Recensement de 2016*, et de Statistique Canada, *Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail*, tableau 14-10-0206-01.

Incidence des emplois indirects

Le nombre d'emplois ETP indirects est égal à la somme des emplois dérivés et induits.

L'estimation du nombre d'emplois indirects est basée sur des examens antérieurs des tableaux multiplicateurs et des données de 2004 de Statistique Canada pour les industries de production et de distribution de films et de vidéos, de postproduction et toutes autres industries du film et de la vidéo (qui étaient les groupes d'industries les plus proches de la production cinématographique et télévisuelle); Conference Board du Canada, *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* (2008); et des ajustements pour tenir compte de l'inflation des salaires.

Incidence économique de la production cinématographique et télévisuelle

Revenus d'emploi

Les revenus d'emploi directement attribuable au secteur de la production cinématographique et télévisuelle a été calculé en multipliant le nombre d'emplois ETP directs par le coût moyen d'un tel emploi dans le secteur de la production cinématographique et télévisuelle (voir ci-dessus). L'estimation des revenus d'emploi dérivé a été obtenue en multipliant le nombre d'emplois ETP indirects par un coût moyen dans l'économie générale, soit 55 037 \$.

Produit intérieur brut

Étant donné l'importance des salaires et traitements dans l'incidence directe de la production cinématographique et télévisuelle, l'apport direct de ce secteur au PIB a été calculé en multipliant le revenu direct du travail par 1,02. L'apport au PIB des emplois ETP indirects a été calculé en appliquant le ratio PIB-salaires de 1,49 implicite dans l'analyse du Conference Board du Canada, *Valoriser notre culture : Mesurer et comprendre l'économie créative du Canada* (2008).

Glossaire

Auditoire moyen par minute (AMM)

Nombre moyen de téléspectateurs d'une émission de télévision pendant tout segment de 60 secondes.

Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC)

Section du ministère du Patrimoine canadien qui coadministre (avec l'Agence du revenu du Canada) les deux programmes de crédit d'impôt fédéraux (Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne [CIPC] et Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique [CISP]). Dans le cadre de ce rôle, il est responsable d'évaluer les émissions de télévision et les films en fonction d'un barème de points (en conjonction avec d'autres critères d'admissibilité) afin de déterminer s'ils sont admissibles au CIPC et peuvent ainsi avoir accès à d'autres mécanismes de financement offerts par Téléfilm Canada ou le FMC.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)

Organisme de réglementation des secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications au Canada.

Coproduction

Œuvre cinématographique ou télévisuelle réalisée par des producteurs de deux pays ou plus et habituellement tournée dans ces pays. Les coproductions sont souvent réalisées conformément à des traités internationaux pour s'assurer qu'elles reçoivent un traitement national dans le pays de chaque producteur (« coproductions audiovisuelles régies par des traités »). Il convient de noter que la section de coproduction ne comprend que des statistiques sur les coproductions audiovisuelles régies par des traités.

Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne (CIPC)

Programme de crédit d'impôt du gouvernement fédéral servant à appuyer la production de films et d'émissions de télévision certifiés comme du contenu canadien. Le CIPC offre un crédit d'impôt correspondant à 25 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles. Ces dépenses sont plafonnées à 60 % du coût total de la production, net de toute autre forme d'aide reçue.

Crédit d'impôt pour services de production cinématographique ou magnétoscopique (CISP)	Programme de crédit d'impôt du gouvernement fédéral servant à appuyer la production de films et d'émissions de télévision qui ne sont pas certifiés comme du contenu canadien. Le CISP offre un crédit d'impôt correspondant à 16 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles d'une production, déduction faite de toute aide reçue.
Diffuseurs éducatifs	Désigne les quatre titulaires d'une licence de radiodiffusion contrôlée par les gouvernements provinciaux, qui sont axés sur l'offre d'émissions éducatives. Il s'agit de Télé-Québec, TVO, Knowledge Network (C.-B.) et Groupe Média TFO.
Emplois équivalents temps plein (ETP)	Mesure de l'emploi où le nombre de travailleurs à temps partiel ou travaillant moins d'une année complète est converti en nombre équivalent de travailleurs à temps plein.
Entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)	Comprend les services de télévision par câble, de distribution par satellite, de distribution multipoint et de télévision IP qui permettent aux ménages et aux entreprises du Canada d'avoir accès à des services de télévision autorisés, qu'ils soient traditionnels, facultatifs ou sur demande, en souscrivant à des forfaits de chaînes et à certains services à la carte.
Fonds des médias du Canada (FMC)	Financé par le gouvernement du Canada et les fournisseurs de services de télévision par câble, satellite et IP. Son mandat est de soutenir la création de contenu numérique convergent canadien, accessible sur de multiples plateformes, dont des applications de télévision et de nouveaux médias d'avant-garde, ainsi que des applications de contenu expérimentales ou des logiciels pour Internet, le sans-fil et d'autres plateformes numériques émergentes. Lancé le 1 ^{er} avril 2010.
Incidence indirecte	Correspond à la somme des incidences économiques dérivés et induites. L'incidence indirecte comprend les emplois et la contribution au PIB des fournisseurs de biens et des services du secteur de la production. L'incidence induite comprend les emplois et la contribution au PIB du secteur de la consommation de l'économie canadienne, qui bénéficie de la réinjection des salaires gagnés par les interprètes et les techniciens ainsi que par les travailleurs des fournisseurs.
Investissements étrangers dans la production (IEP)	Mesure de la valeur de l'apport financier international au secteur canadien de la production cinématographique et télévisuelle. Ils se composent des préventes et des avances de distribution étrangère pour toutes les productions qui sont certifiées par le BCPAC, d'une estimation des préventes et avances de distribution pour les productions non certifiées par le BCPAC et la valeur totale de la production étrangère et des services de production au Canada.

Production étrangère et services de production (PESP)	Englobe les longs métrages et les émissions de télévision tournées au Canada principalement par des producteurs étrangers. Cela comprend aussi les effets visuels (VFX) créés par des studios canadiens pour des productions cinématographiques et télévisuelles étrangères.
Production interne des télédiffuseurs	Émissions de télévision produites à l'interne par les diffuseurs. Elle consiste principalement en des émissions de nouvelles et de sports, mais peut aussi inclure d'autres genres.
Produit intérieur brut (PIB)	Valeur monétaire sans double compte générée par une industrie ou une économie. Il correspond à la différence entre la valeur des extrants de l'industrie visée et la valeur des intrants d'autres industries qu'elle consomme.
Services de télévision sur Internet ou services vidéo diffusés sur Internet	Comprend les services de VSDA, de VSDP et de VSDT.
Service de vidéo sur demande soutenu par la publicité (VSDP)	Service sur Internet qui donne aux consommateurs un accès gratuit au contenu vidéo en échange d'une exposition à de la publicité (p. ex. YouTube).
Services facultatifs	Services de télévision qui ne sont offerts que par l'entremise de câblodistributeurs, d'entreprises de distribution par satellite ou sur IP et qui proposent habituellement des émissions de sports, des nouvelles 24 heures sur 24, des films, des émissions artistiques ou d'autres thématiques. Les services facultatifs tirent leurs revenus d'une combinaison de frais d'abonnement et de publicité. On les appelle aussi « services de télévision spécialisée » ou « services de télévision payante ».
Services sur demande	Les services sur demande permettent aux consommateurs de regarder des films ou des émissions de télévision spécifiques quand ils le veulent, plutôt qu'à un moment prévu (c.-à-d. télévision linéaire). Les services sur demande peuvent être offerts sur des plateformes d'EDR (p. ex. télévision par câble ou satellite) ou sur Internet.
Systèmes de distribution multipoint (SDM)	Système de communication sans fil fixe qui utilise des antennes paraboliques pour transmettre des signaux de radiodiffusion d'une source unique à des canaux multiples.
Téléfilm Canada	Société d'État créée en 1968 par le gouvernement canadien pour investir dans la production de films canadiens. Elle administre maintenant la plupart des programmes du gouvernement fédéral en soutien à l'industrie cinématographique canadienne. Elle gère également les ententes de coproduction régies par des traités du Canada au nom du gouvernement fédéral ainsi que les programmes de financement du FMC.

Télévision conventionnelle	Diffuseurs privés et publics qui exploitent des émetteurs hertziens pour transmettre leur contenu aux foyers canadiens, bien que la majorité des Canadiens reçoivent maintenant les signaux de télévision conventionnelle de fournisseurs par câble, par satellite ou par IP.
Télévision directe par satellite	Service offert par des EDR grâce auquel les ménages et les entreprises peuvent capter les signaux de télévision au moyen d'une antenne parabolique de faible diamètre.
Télévision sur protocole Internet (IP)	Service offert par des EDR aux ménages et aux entreprises au moyen d'une connexion à large bande.
Vidéo sur demande (VSD)	Service de télévision permettant aux consommateurs de payer des frais pour choisir des films ou des émissions de télévision spécifiques à regarder à leur convenance. Au Canada, la VSD est généralement offerte sur des plateformes d'EDR (c.-à-d. télévision par câble, IP ou satellite).
Vidéo sur demande par abonnement (VSDA)	Service de télévision pour lequel les consommateurs paient des frais d'abonnement mensuels pour pouvoir choisir les films ou émissions de télévision qu'ils souhaitent regarder à leur convenance (p. ex., Netflix, Disney+, Crave, Club illico, Amazon Prime Video, NFL Game Pass). Les consommateurs accèdent généralement à ces services par Internet.
Vidéo sur demande transactionnelle (VSDT)	Service en ligne permettant aux consommateurs de payer des frais pour télécharger un film ou une émission de télévision en particulier (p. ex., Apple iTunes). Dans certains cas, un service de VSDT peut être utilisé pour louer un film ou une émission de télévision, lorsque l'utilisation du téléchargement est limitée à une certaine période.
Volet convergent	Volet du FMC qui encourage la création d'émissions de télévision canadienne et de contenu convergent numérique associé tels que les sites Web, le contenu sur demande, le contenu en baladodiffusion, les webisodes et les mobisodes. Le contenu financé doit être mis à la disposition des Canadiens sur au moins deux plateformes.
Volet expérimental	Volet du FMC qui appuie la création de contenu et d'applications numériques à la fine pointe, créés exclusivement pour l'Internet, les appareils mobiles et/ou d'autres plateformes nouvelles ou émergentes.